

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Трансфертное ценообразование как инструмент управления группой компаний

УДК 338.5:334.75.2:336.225.673

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А4А	Андрюшина Мария Сергеевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Жданова Анна Борисовна	кандидат экономических наук		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель ОСГН ШБИП	Феденкова Анна Сергеевна			

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель ШИП	Громова Татьяна Викторовна			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Юдахина Ольга Борисовна	кандидат экономических наук		

Планируемые результаты обучения по ООП 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат)

Код	Результат обучения
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Использовать фундаментальные научные знания в сфере профессиональной деятельности для постановки и решения новых задач
P2	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, презентовать и защищать результаты профессиональной деятельности
P3	Демонстрировать знания социальных и экологических аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	Активно пользоваться основными методами и средствами получения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией на современном уровне.
P5	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях для анализа и прогнозирования социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе.
P7	Применять знания экономики предприятия для повышения эффективности хозяйственной деятельности.
P8	Применять теоретические знания менеджмента в практике управления предприятием
P9	Разрабатывать и реализовывать стратегию управления человеческими ресурсами предприятия в целях решения стратегических и оперативных задач
P10	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов и объектов в целях эффективного управления предприятием.
P11	Применять инструменты маркетинга и методы социологических исследований для обеспечения конкурентоспособности предприятия
P12	Применять методы учета имущества, доходов, расходов и результатов деятельности организаций для формирования учетной политики, анализировать финансовую отчетность предприятий в целях принятия управленческих решений
P13	Использовать правовые нормы в документировании и управлении деятельностью предприятия.
P14	Организовывать, управлять и совершенствовать бизнес-процессы промышленного предприятия, в том числе производственные и логистические процессы, в целях повышения эффективности его функционирования и развития.
P15	Организовывать и оценивать эффективность создания новых бизнес-структур
P16	Оценивать эффективность и риски реальных и финансовых инвестиций предприятия
P17	Управлять операционной и финансовой деятельностью предприятия для обеспечения развития и роста стоимости капитала собственников

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы
(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3А4А	Андрюшиной Марии Сергеевны

Тема работы:

Трансфертное ценообразование как инструмент управления группой компаний
Утверждена приказом директора (дата, номер)

Срок сдачи студентом выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<p>Исходные данные к работе</p> <p><i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – Объект исследования: механизм трансфертного ценообразования группы компаний ООО «ЭкоЛайф» – Финансовые отчеты предприятия за период 2015-2017 гг., статистические данные; – Учетная политика предприятия, внутренние нормативные документы; – Нормативно-правовые документы, стандарты финансового учета, научно-публицистическая литература
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности трансфертного ценообразования в России и в мире 2. Нормативное регулирование применения трансфертных цен в России 3. Анализ структуры бизнеса 4. Финансовый анализ предприятий и сравнение с аналогичным производственным предприятием в отрасли

дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	5. Расчет оптимального метода трансфертного налогообложения в целях налогового учета 6. Обоснование применения метода трансфертного ценообразования для целей управления
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Рисунок 1 – Модель трансфертного ценообразования Организационная структура предприятия Рисунок 5 – ООО «ЭкоЛайф» (подчинение по должностям) Рисунок 19 – Динамика соотношения выручки и чистой прибыли ООО «ЭкоЛайф» Рисунок 20 – Динамика соотношения выручки и чистой прибыли ООО «Кедровница» Рисунок 21 – Структура выручки от реализации по крупным контрагентам ООО «ЭкоЛайф» Таблица 10 – Сравнительный анализ финансового состояния компаний группы на 31.12.2017 г. Таблица 21 – Сравнение трансфертных цен с рыночными ценами компании «ЭкоЛайф» Таблица 26 – Анализ изменения финансовых результатов ООО «ЭкоЛайф» после корректировки трансфертной цены
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Феденкова А.С.

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Жданова А.Б.	к.э.н.		

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Юдахина О.Б.	к.э.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А4А	Андрюшина М.С.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 91 страниц, 22 рисунка, 31 таблицу, 21 использованных источников, 5 приложений.

Ключевые слова: трансфертная цена, полуфабрикат, передающее подразделение, принимающее подразделение, технологический передел, договорные цены, перераспределение прибыли, минимизация налогооблагаемой базы, налоговые риски.

Объектом исследования является механизм трансфертного ценообразования группы компаний «ЭкоЛайф» и «Купец». Предметом исследования является оценка влияния новой трансфертной цены на изменения финансовых результатов компании «ЭкоЛайф».

Цель работы – обоснование трансфертной цены с учетом минимизации налоговых рисков для предприятия ООО «ЭкоЛайф».

В процессе исследования проводились сбор и обобщение теоретической информации по трансфертному ценообразованию и его нормативному регулированию в России. Выделены особенности организационной структуры рассматриваемого бизнеса, проведен финансовый анализ предприятий группы на основании отчетности за 2015 – 2017 гг. Затем было проанализировано текущее состояние трансфертного ценообразования на предприятии и был выявлен факт занижения уровня трансфертных цен. На основании анализа методов, установленных налоговыми органами, были выбраны два метода для расчета новой трансфертной цены. На основании новой цены были пересчитаны финансовые показатели компании и проанализировано их изменение.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

Нормативные ссылки

В настоящей работе использованы ссылки на следующие стандарты:

- Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) [1];
- Приказ ФНС России от 27.07.2012 № ММВ-7-13/524 Об утверждении формы уведомления о контролируемых сделках, порядка ее заполнения, а также формата представления уведомления о контролируемых сделках в электронной форме и порядка представления налогоплательщиком уведомления о контролируемых сделках в электронной форме [2];

Определения

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Трансфертная цена: цена, по которой товары или услуги передаются между подразделениями одной и той же компании.

Полуфабрикат: промежуточный продукт, поставляемый передающим подразделением принимающему подразделению.

Передающее подразделение: подразделение, которое произвело полуфабрикат и передает его на доработку принимающему подразделению.

Принимающее подразделение: подразделение, которое принимает полуфабрикат у передающего подразделения с целью доработки товара и последующей его продажи.

Технологический передел: часть технологического процесса, которая заканчивается получением готового полуфабриката (готового продукта).

Договорные цены: цены, установленные на основе переговоров и консультаций между менеджерами поставляющего и принимающего подразделений.

Перераспределение прибыли: распределение прибыли группы компаний между участниками группы.

Минимизация налогооблагаемой базы: схемы и способы по уменьшению суммы, подлежащей налогообложению.

Налоговые риски: возможность для налогоплательщика понести финансовые и иные потери, связанные с процессом уплаты и оптимизации налогов.

Обозначения и сокращения

НК РФ – налоговый кодекс Российской Федерации;

ОЭСР – организация экономического сотрудничества и развития;

НДПИ – налог на добычу полезных ископаемых;

ЕСХН – единый сельскохозяйственный налог;

ЕНВД – единый налог на вмененный доход;

ОЭЗ – особая экономическая зона;

ФНС – федеральная налоговая служба;

ООО – общество с ограниченной ответственностью;

НДС – налог на добавленную стоимость.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Реферат	5
Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки	6
Введение	10
1 Теоретические аспекты трансфертного ценообразования	12
1.1 Сущность трансфертного ценообразования и методы его определения	12
1.2 Нормативное регулирование применения трансфертных цен в России	21
1.3 Международный опыт применения трансфертных цен	25
2 Анализ финансового состояния группы компаний	30
2.1 Анализ организационной структуры бизнеса	30
2.2 Анализ финансового состояния предприятий ООО «ЭкоЛайф» и ООО «Купец»	37
2.3 Сравнительный анализ компании ООО «ЭкоЛайф» с аналогичным предприятием в отрасли	48
3 Совершенствование трансфертного ценообразования на предприятии ООО "ЭкоЛайф"	54
3.1 Анализ структуры выручки от внутригрупповых операций	54
3.2 Анализ текущего состояния ценообразования при внутригрупповых продажах	57
3.3 Анализ приемлемых методов трансфертного ценообразования с учетом особенностей бизнеса	60
3.4 Анализ влияния трансфертной цены на изменения финансовых результатов ООО «ЭкоЛайф»	65
4 Социальная ответственность	68
Заключение	79
Список использованных источников	81
Приложение А_Бухгалтерский баланс ООО «ЭкоЛайф»	84
Приложение Б_Отчет о финансовых результатах ООО «ЭкоЛайф»	86
Приложение В_Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ЭкоЛайф»	87

Приложение Г_Бухгалтерский баланс ООО «Кедровница»	89
Приложение Д_Отчет о финансовых результатах ООО «Кедровница».	91

Введение

Актуальность выбранной темы заключается в том, что руководители малого бизнеса, как правило, не уделяют должного внимания процессу трансфертного ценообразования в компании, либо уделяют, но не в должной степени. Однако установление оптимальной трансфертной цены позволяет компании достигать не только большего уровня прибыли, в том числе за счет налоговой оптимизации, но координировать действия подразделений, тем самым также достигать более высоких финансовых показателей.

Проблемой данного исследования являлся вопрос, какой метод следует применить, для определения оптимальной трансфертной цены в целях управления с учетом влияния налогообложения.

Цель работы – обоснование трансфертной цены с учетом минимизации налоговых рисков для предприятия ООО «ЭкоЛайф»

Задачи, поставленные для достижения цели:

- изучить теоретические основы трансфертного ценообразования и его нормативного регулирования в России;
- оценить финансовое состояние группы компаний и сравнить производственное подразделение с аналогичным предприятием в отрасли;
- проанализировать текущее состояние ценообразования при внутригрупповых продажах;
- проанализировать методы трансфертного ценообразования для целей налогообложения, на основании расчетов выбрать и обосновать выбор оптимального метода;
- проанализировать влияние новой трансфертной цены на изменение финансовых результатов компании «ЭкоЛайф».

Объектом исследования является механизм трансфертного ценообразования группы компаний «ЭкоЛайф» и «Купец».

Предметом исследования является совокупность финансовых отношений между предприятиями группы, налоговыми органами,

возникающие в отношении трансфертной цены и ее влияние на изменения финансовых результатов компании «ЭкоЛайф».

Изучение проводилось посредством:

- изучения научной литературы зарубежных и отечественных авторов, таких как К. Друри, А.А Заикин, А.Н. Гаврилова, В. С. Безбородова, В. С. Белых и других;
- изучения нормативных документов, таких как налоговый кодекс Российской Федерации, приказ ФНС России от 27.07.2012 № ММВ-7-13/524.

Результаты исследования могут использоваться руководителями группы компаний, как рекомендации по установлению оптимальной трансфертной цены на производственном предприятии.

1 Теоретические аспекты трансфертного ценообразования

1.1 Сущность трансфертного ценообразования и методы его определения

Экономическая эффективность функционирования технологически связанных предприятий во многом определяется механизмом их внутрифирменных расчетов. На основании изучения подходов к определению трансфертной цены рядом авторов [К. Друри, А.А. Заикин, Н.Н. Парасоцкая, В.С. Безбородова, В.Ю. Пашкус], было сформулировано наиболее лаконичное определение трансфертной цены, отражающее суть данного явления.

Трансфертная цена – это цена, по которой товары или услуги передаются между подразделениями одной и той же компании.

Цель трансфертного ценообразования – установление такой трансфертной цены, которая обеспечит справедливую оценку эффективности деятельности подразделений при максимизации прибыли компании в целом.

Трансфертное ценообразование дает возможность сформировать экономически обоснованное суждение о доходности некоторых продуктов или услуг, которые производит предприятие, об эффективности отдельных подразделений. Независимые компании не будут обмениваться продуктами или услугами по себестоимости или ниже – это основное отличие трансфертного ценообразования от распределения затрат между подразделениями в рамках управленческого учета. Таким образом, можно сказать, что трансфертное ценообразование является процессом установления цен внутри одной компании, между ее подразделениями.

Существует централизованная и децентрализованная форма организации производства, от этого и зависит установление трансфертных цен. При централизованной форме, продукты и услуги передаются по фактической себестоимости между подразделениями, а при децентрализованной форме передача между подразделениями

осуществляется по внутрифирменной цене, которая в свою очередь устанавливается таким образом, что бы определять реальные и достоверные показатели прибыли для подразделений, а также при рассмотрении альтернативных вариантов производства.

На рисунке 1 представлена модель трансфертного ценообразования с указанием момента возникновения трансфертной цены.

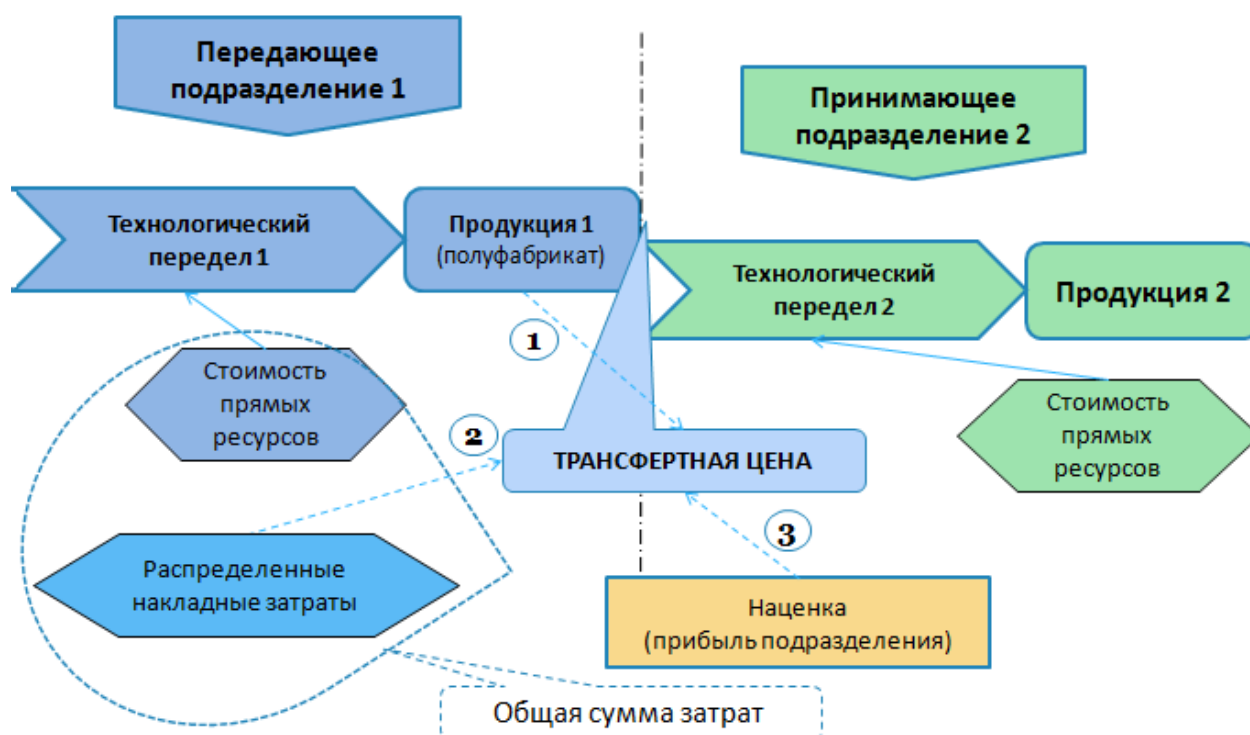


Рисунок 1 – Модель трансфертного ценообразования

Как видно из рисунка трансфертная цена возникает при передаче полуфабриката (продукта) передающего подразделения принимающему подразделению.

Полуфабрикат – промежуточный продукт, поставляемый передающим подразделением принимающему подразделению.

Передающее подразделение – это подразделение, которое произвело полуфабрикат и передает его на доработку принимающему подразделению.

Принимающее подразделение – это подразделение, которое принимает полуфабрикат у передающего подразделения с целью доработки товара и последующей его продажи.

Технологический передел – это часть технологического процесса, которая заканчивается получением готового полуфабриката или готового продукта.

Трансфертное ценообразование должно быть направлено на решение следующих задач:

- согласованность целей – цели подразделений должны соответствовать целям компании в целом;
- справедливая оценка эффективности деятельности подразделений;
- мотивация руководства подразделения;
- поддержание автономии подразделений;
- справедливое распределение прибыли между подразделениями;
- минимизация налогообложения компании в целом.

На практике ни одна из трансфертных цен не сможет в равной степени успешно обеспечить решение всех указанных выше задач. Поэтому очень часто имеет место конфликт задач, в результате которого менеджеры корпоративного центра вынуждены искать компромиссные варианты решения задач. Например, задача поддержания автономности предприятий может вступать в противоречие с обеспечением согласованности целей подразделений и группы. Справедливая оценка эффективности деятельности предприятий может противоречить задаче справедливого распределения прибыли между подразделениями.

К сожалению, не бывает единой трансфертной цены, которая удовлетворяла бы всех – и высшее руководство, и подразделение-продавца, и подразделение-покупателя.

На сегодняшний день применяются следующие методы трансфертного ценообразования:

- на основе рыночной цены товара;
- на основе затрат;

- на основе метода, ориентированного на договорные цены.

Кратко рассмотрим данные методы.

Метод на основе рыночных цен

По мнению А. А. Заикина [4], рассматриваемый метод применим, если внутрикорпоративная зависимость компаний мала и на общие затраты и доходы незначительно влияет выбор того, куда поставляется товар: внутри группы компаний или на внешний рынок. Преимущество метода ценообразования, основанного на рыночных ценах на аналогичную продукцию, заключается в том, что он отражает реальный экономический вклад каждой компании в общую прибыль группы компаний. Рентабельность компаний в этом случае может быть сопоставлена непосредственно с рентабельностью аналогичных компаний в данной отрасли бизнеса.

Однако ошибочно полагать, что при применении данного метода трансфертного ценообразования прибыль организации не зависит от того, где закупается промежуточный продукт (на внешнем рынке или внутри группы компаний). Высокая во многих случаях зависимость прибыли группы компаний от выбранной альтернативы закупок как раз и является одним из препятствий применения рассматриваемого метода [5].

При выборе в качестве метода трансфертного ценообразования метода, основанного на рыночных ценах, следует учитывать также то, что рынок не бывает совершенно конкурентным, вследствие чего возможно возникновение ценовых диспропорций [6].

Метод на основе затрат

При использовании данного метода трансфертная цена равна затратам, понесенным подразделением (предприятием) при производстве продукции. Такие затраты могут быть определены на основе:

- маржинальных затрат;
- полных затрат;
- нормативных затрат;
- двойных цен.

1) Метод на основе маржинальных затрат

Для обоснования применения в качестве трансфертной цены маржинальных затрат используется модель, предложенная У. Моррисом, которую можно адаптировать для целей трансфертного ценообразования в группе компаний, состоящей из двух организаций.

Данная модель имеет следующий вид:

$$MR(D) = MC_s(D) + MC_r(D), \quad (1)$$

где $MR(D)$ – маржинальный доход;

$MC_s(D)$ – маржинальные затраты предприятия-поставщика;

$MC_r(D)$ – маржинальные затраты предприятия-покупателя.

Модель У. Морриса представляет собой равенство маржинального дохода сумме маржинальных затрат организаций, входящих в группу компаний [6].

По мнению А. А. Заикина [4], решение проблемы использования трансфертных цен на уровне ниже полных затрат, но выше переменных затрат возможно посредством установления надбавки к трансфертной цене. Использование рекомендуемого подхода одновременно позволит преодолеть недостаток, связанный со сложностью организации систем мотивации и оценки деятельности компаний, так как вводит привычный критерий — прибыль организации. При этом возможно использование двух основных способов расчета вышеуказанной надбавки:

- надбавка включает постоянные затраты поставляющей организации;
- надбавка устанавливается равной плановому проценту прибыли поставляющей организации и уплачивается одновременно с ценой.

Трансфертные цены получающей организацией воспринимаются как маржинальные затраты, в то время как для поставляющей организации компенсируются полные затраты. Когда изделие передается от одной компании к другой компании, часть выручки поставляющей компании становится частью затрат получающей компании. Следовательно, цены, по

которым передаются изделия, могут влиять на показатели работы каждой компании, занятой изготовлением продукции.

Таким образом, преимуществом применения систем трансфертного ценообразования на основе маржинальных затрат является возможность установления такой цены, при которой цели менеджеров поставляющих и принимающих подразделений совпадают с целями по максимизации прибыли группы компаний [6].

2) Метод на основе себестоимости

Под трансфертным ценообразованием на основе себестоимости (полных затрат) понимается установление трансфертных цен исходя из всей суммы расходов на все ресурсы, которые затрачены на производство продукта в краткосрочном плане.

Структура трансфертной цены на основе себестоимости (полных затрат) имеет следующий вид:

$$P = (TC_s + PR) \times K, \quad (2)$$

где P – устанавливаемая трансфертная цена;

PR – нормативная величина прибыли группы компаний;

TC_s – общие затраты поставляющей компании в группе компаний;

K – корректирующий коэффициент.

В качестве коэффициента « K » могут выступать коэффициент отклонения от норм (при использовании нормативных затрат), коэффициент выполнения плана, коэффициент риска производства, коэффициент потребности передающей организации в финансовых ресурсах либо произведение вышеупомянутых коэффициентов.

Рассчитанная этим методом цена приближена к рыночной цене, что способствует принятию оптимальных управленческих решений.

Однако данный метод имеет следующие недостатки:

а. передающее подразделение не заинтересовано в снижении своих фактических затрат, так как стремится и возместить производственные затраты и получить максимальную прибыль;

б. установление цен с помощью данного метода затрудняет проведение объективного анализа эффективности работы передающего подразделения;

с. данный метод вызывает конфликт целей – со стороны центрального руководства передача продукции (полуфабриката) по себестоимости выгоднее, нежели по рыночной цене, а со стороны передающего подразделения – наоборот [1].

3) Метод на основе нормативных затрат

Некоторые из недостатков рассмотренной выше разновидности установления трансфертных цен позволяет преодолеть определение трансфертных цен на основе нормативных затрат.

При использовании затратного метода трансфертная цена устанавливается равной затратам, понесенным подразделением (предприятием) при производстве продукции

Нормативные затраты являются более постоянными показателями с более предсказуемыми изменениями, в отличие от рыночной конъюнктуры, предполагаемых объемов реализации. При внедрении новых видов продукции производятся сметные расчеты ее стоимости, которые могут быть в дальнейшем использованы в качестве исходной базы для нормативов.

Применение данного метода позволяет эффективно оценить работу менеджеров компаний. Однако нормирование издержек производства приемлемо не для всех производств и не во всех экономических условиях. В этом заключается недостаток этого метода [7].

4) Метод на основе двойных ставок (цен)

Данный метод предполагает установление двум взаимодействующим подразделениям две различные трансфертные цены. Например, для передающей компании трансфертная цена может быть установлена центральным руководством на уровне нормативной полной себестоимости, а для принимающей – на уровне маржинальных затрат.

Трансфертные цены в этом случае могут быть рассчитаны по следующим формулам:

$$P_s = (TC_s^{st} + PR_s) \times K, \quad (3)$$

$$P_r = MC_s, \quad (4)$$

где P_s , P_r – трансфертные цены поставяющей и принимающей стороны соответственно;

TC_s^{st} – полная нормативная себестоимость производства единицы продукции поставяющей стороны;

PR_s – плановая величина прибыли на единицу продукции поставяющей организации;

MC_s – маржинальные затраты на производство единицы продукции поставяющей стороны;

K – корректирующий коэффициент.

Разница в ценах может быть компенсирована, например, оплатой принимающей организацией фиксированной ежемесячной ренты, либо компенсацией средств непосредственным перечислением от центрального руководства группы компаний [6].

По мнению К. Друри [5], менеджеры высшего уровня не любят двойные показатели внутренних прибылей, поскольку их наличие может привести к ошибочной информации и создавать неправильное впечатление о фактической рентабельности некоторых подразделений.

Метод, ориентированный на договорные цены

Договорные цены – это цены, установленные на основе переговоров и консультаций между менеджерами поставяющего и принимающего подразделений.

Эффективность договорного метода ценообразования зависит прежде всего от корпоративной культуры и возможностей получения подобной информации о рынке. Договорной метод трансфертного ценообразования можно представить в виде формулы:

$$P = TC + MR_{alt}, \quad (5)$$

где MR_{alt} – маржинальный доход на единицу продукции в виде упущенной выгоды поставляющей организации.

Установление трансфертных цен на договорной основе наиболее целесообразно в ситуациях, при которых проявляется несовершенство рыночного механизма в отношении промежуточного продукта, в частности, если расходы на реализацию дифференцированы или существует несколько рыночных цен.

При этом данный метод имеет ряд недостатков, основными из которых является:

- в рамках переговоров могут возникнуть конфликтные ситуации между подразделениями, для решения которых будет необходимо привлечение топ-менеджеров;
- данный метод не позволяет оценить эффективность подразделения, так как результат может зависеть, например, от умения ведения переговоров;
- довольно продолжительная длительность переговоров и участие в них менеджеров среднего звена [8].

Как можно заметить, методов определения трансфертной цены существует не малое количество. Тем не менее, на практике часть предприятий используют цену на базе договорной рыночной стоимости, а другая часть предпочитает использовать цену по себестоимости плюс надбавка на прибыль.

Все выше указанные методы рассматривают трансфертное ценообразование с точки зрения управленческого аспекта, который заключается в перераспределении финансовых потоков внутри группы компаний. Однако существует и налоговый аспект трансфертного ценообразования, заключающийся в минимизации налогообложения, снижении налоговой нагрузки группы компаний, который контролируется налоговыми органами.

1.2 Нормативное регулирование применения трансфертных цен в России

Как уже говорилось в предыдущем подразделе, трансфертные цены позволяют перераспределять общую прибыль группы лиц в пользу лиц, находящихся в государствах (территориях) с более низкими налогами. А в связи с тем, что применение трансфертных цен является наиболее простой и распространенной схемой минимизации уплачиваемых налогов, это неизбежно требует повышенного внимания со стороны любого государства.

В России трансфертное ценообразование контролируется налоговыми органами и регулируется Налоговым Кодексом Российской Федерации (НК РФ) [1].

С 2012 года в силу вступило новое законодательство по трансфертному ценообразованию. В Налоговый Кодекс был введен новый раздел V.1 «Взаимозависимые лица и международные группы компаний. Общие положения о ценах и налогообложении. Налоговый контроль в связи с совершением сделок между взаимозависимыми лицами. Соглашение о ценообразовании. Документация по международным группам компаний». В данном разделе прописаны новые нормы, соответствующие руководству ОЭСР по трансфертному ценообразованию [3].

Объектом налогового контроля являются сделки:

- между взаимозависимыми лицами, сумма по которым превышает установленный размер;
- приравненные к сделкам между взаимозависимыми лицами;
- признанные судом контролируемыми.

Виды сделок для целей налогообложения схематично представлены на рисунке 2.

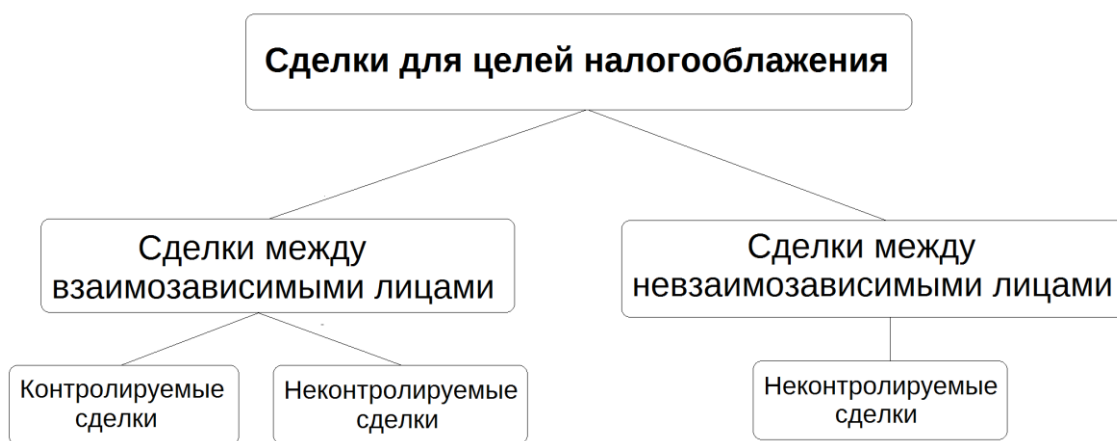


Рисунок 2 – Сделки для целей налогообложения

Первым этапом при налоговом контроле является определение взаимозависимости лиц (Глава 14.1 НК РФ). Лица признаются взаимозависимыми в случаях, прямо предусмотренных пунктом 2 статьи 105.1 НК РФ, в частности, по основаниям, связанным с участием в капитале, осуществлением функций управления, служебной подчиненностью.

Вторым этапом является определение контролируемости сделок.

Признание сделок контролируемыми осуществляется в соответствии с положениями ст. 105.14 НК РФ.

Некоторые из них перечислены ниже:

- заключение договора между взаимозависимыми лицами-резидентами РФ, сумма доходов по которым за соответствующий календарный год превышает 1 млрд. руб.;
- сделки, в которых одна из сторон платит НДС. Сумма доходов по таким сделкам – 60 млн. руб. в год;
- сделки, одна сторона которой является плательщиком ЕСХН или ЕНВД, а другая сторона не применяет специальный режим налогообложения. Сумма доходов по сделке превышает 100 млн. руб. в год;
- сделки, одна сторона которой освобождена от обязанностей плательщика налога на прибыль, а другая сторона не применяет такое освобождение. Сумма доходов – 60 млн. руб. в год;

- сделки, одна сторона которой является участником проекта «Сколково», а другая сторона – нет. Сумма доходов – больше 60 млн. руб. в год;

- сделки, одна сторона которой является резидентом особой экономической зоны (ОЭЗ) с льготным налогообложением прибыли, а другая сторона – нет. Сумма доходов – 60 млн. руб. в год [1].

Далее после выявления взаимозависимости и контролируемости сделок, налоговые органы проверяют трансфертные цены согласно пяти методам трансфертного ценообразования в целях налогообложения, указанным в ст. 105.7 НК РФ, а именно:

- метод сопоставимых рыночных цен;
- метод цены последующей реализации;
- затратный метод;
- метод сопоставимой рентабельности;
- метод распределения прибыли.

Данный перечень является исчерпывающим, однако приоритет отдан методу сопоставимых рыночных цен.

Применение данного метода обязательно: для определения соответствия цены, примененной в контролируемой сделке, если на соответствующем рынке существует хотя бы одна сопоставимая сделка, предметом которой являются идентичные либо однородные товары (работы, услуги); при наличии достаточной информации о контролируемой сделке.

Однако допускается, что, если применение метода сопоставимых рыночных цен невозможно либо оно не позволяет обоснованно сделать вывод о соответствии или несоответствии цен, примененных в сделках, рыночным ценам, для целей налогообложения применяются другие методы, например те, которые с учетом фактических обстоятельств и условий контролируемой сделки дают возможность наиболее обоснованно судить о

соответствии или несоответствии цены, примененной в сделке, рыночной цене.

Причем допустимо использование комбинации двух и более методов. При этом в отношении остальных методов будет действовать принцип выбора "лучшего метода", т.е. такого, который с учетом фактических обстоятельств и условий сделки позволит сделать наиболее обоснованный вывод о соответствии примененной цены рыночной цене.

При выборе метода должны учитываться полнота и достоверность исходных данных, а также обоснованность корректировок, осуществляемых в целях обеспечения сопоставимости сделок с анализируемой сделкой [1].

Применение методов определения трансфертной цены осуществляется согласно следующей очередности [1]:

1) Приоритетные методы применяются в первую очередь вне зависимости от желания налогоплательщика или налогового органа:

- метод сопоставимых рыночных цен является приоритетным во всех случаях, за исключением сделок по покупке товаров для целей их перепродажи без переработки в адрес невзаимозависимых лиц;

- метод цены последующей реализации является приоритетным по сделкам покупки товаров для целей их перепродажи без переработки в адрес невзаимозависимых лиц.

2) Если нельзя применить приоритетный метод, то применяется метод цены последующей продажи или затратный метод в зависимости от того, какой из этих методов с учетом фактических обстоятельств и условий контролируемой сделки позволяет наиболее обоснованно сделать вывод о соответствии или несоответствии цены, примененной в сделке, рыночным ценам.

3) Если нельзя применить метод цены последующей продажи или затратный метод, то используется метод сопоставимой рентабельности.

4) Если нельзя применить метод цены последующей продажи, затратный метод или метод сопоставимой рентабельности, то используется метод распределения прибыли.

5) Если по разовой сделке нельзя применить вышеназванные методы, то используется метод цены независимой оценки.

Что касается документации, то ежегодно не позднее 20 мая компании должны сдавать уведомления о контролируемых сделках за предшествующий год. Форма уведомления и порядок его заполнения утверждены приказом ФНС России от 27.07.2012 № ММВ-7-13/524 [2]. При не предоставлении уведомления в срок, налоговые службы выписывают штраф в размере 5 000 руб. (п.4 ст. 129 НК РФ). А так же по требованию налоговых органов представить документацию по трансфертному ценообразованию (подготовленную с учетом новых правил трансфертного ценообразования) в течение 30 дней с даты получения соответствующего требования [1].

1.3 Международный опыт применения трансфертных цен

Одним из основных элементов налоговой политики многих стран является препятствование уклонению национального налогообложения с помощью сосредоточения доходов в низконалоговых юрисдикциях. Все страны, которые входят в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), являются наиболее развитыми странами. За последние годы не редко приходилось слышать о том, что усовершенствованные правила контроля цен для целей налогообложения соответствуют международным стандартам. Безусловно, так и есть. Как утверждают сотрудники ОЭСР, по сравнению с предыдущими годами новые правила, установленные в России, «больше соответствуют стандартам ОЭСР» [8]. Стандартами ОЭСР является Руководство ОЭСР по трансфертному ценообразованию для международных компаний и налоговых

администратий. Руководство ОЭСР представляет собой скорее видение Организации, каким образом разрешать вопросы между налоговыми органами и налогоплательщиками по трансфертному ценообразованию, чем обзор законодательств стран-членов ОЭСР.

В 1995 г. были приняты первые рекомендации ОЭСР по противодействию налоговым злоупотреблениям с помощью трансфертных цен. С того момента для налоговых органов ключевой сферой явился налоговый контроль трансфертных цен. На данный момент более 50 развитых и крупнейших развивающихся стран приняли законы о налоговом управлении трансфертной ценой в соответствии с рекомендациями ОЭСР, в том числе и Россия, однако отличия в отдельных нюансах, прописанных в новых российских правилах, все же имеются [9].

В российских правилах законодательные органы впервые установили принцип «вытянутой руки» – общепринятый в международной практике принцип, означающий, что вероятные искажения в распределении экономических выгод между зависимыми сторонами не должны влиять на налоговые обязательства сторон, так как налоговые последствия экономической деятельности должны определяться исходя из ее объективного экономического содержания. Таким образом, в соответствии с данным принципом взаимозависимые лица обязаны отражать налоговые последствия хозяйственных операций в соответствии с условиями, которые были бы закреплены в сравнимой обстановке между независимыми лицами.

Сопоставимые сделки по принципу "вытянутой руки" можно объединить в две группы: внутренние и внешние (рисунок 3).

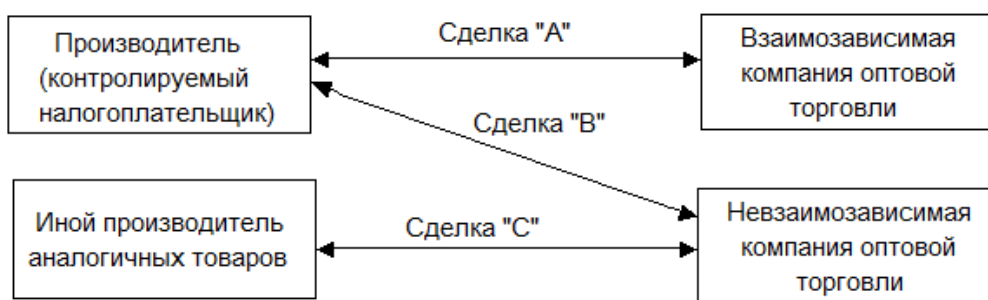


Рисунок 3 – Внутренние и внешние сопоставимые сделки

Сделка является внутренней контролируемой (Сделка "А"), если эта сделка между налогоплательщиком с взаимозависимым лицом.

Сделка является внутренней сопоставимой (сделка "В"), если эта сделка налогоплательщика с независимой компанией является сопоставимой по отношению к сделке "А".

Сделка является внешней сопоставимой (сделка "С"), если в этой сделке не участвует налогоплательщик.

Потому как принцип вытянутой руки является основополагающим принципом при осуществлении проверки условий сделок между взаимозависимыми лицами, российские правила содержат большое количество дополнительных открытых перечней обстоятельств, которые могут учитываться при налоговом контроле цен [10].

Методы определения трансфертных цен в России и в ОЭСР практически совпадают (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнение методов определения трансфертных цен в России и в ОЭСР

Россия	ОЭСР
Метод сопоставимых рыночных цен (п. 1 ст. 105.7, п. 3 ст. 105.7, ст. 105.9 НК РФ)	Метод сопоставимой неконтролируемой цены (п. 2.13–2.20 Рекомендаций ОЭСР)
Метод последующей реализации (ст. 105.7.1.2; 105.10 НК РФ)	Метод последующей реализации (п. 2.21–2.38 Рекомендаций ОЭСР)
Затратный метод (п. 1 ст. 105.7, ст. 105.11 НК РФ)	Затратный метод (п. 2.39–2.55 Рекомендаций ОЭСР)
Метод сопоставимой рентабельности (п. 1 ст. 105.7, ст. 105.12 НК РФ)	Метод чистой прибыльности по сделке (п. 2.58–2.107 Рекомендаций ОЭСР)
Метод распределения прибыли (п. 1 ст. 105.7, ст. 105.13 НК РФ)	Метод распределения прибыли (п. 2.108–2.145 Рекомендаций ОЭСР)

Необходимо отметить, что за последние 10 лет в практике зарубежных стран высокую популярность приобрел метод сопоставимой рентабельности. Однако согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации (НК РФ), приоритетным при определении соответствия цен для целей

налогообложения является метод сопоставимых рыночных цен (ст.105.7 НК РФ). При этом в п. 3 ст. 105.3 НК РФ указано, что цена по сделке признается рыночной, если налоговым органом не доказано обратное. Следовательно, на налоговые органы России возлагается бремя определения и доказывания цен при налоговом контроле.

Такая практика существует не только в России, но и в других странах, с небольшим опытом налогового контроля цен (таблица 2) [11].

Таблица 2 – Распределение бремени доказывания цен между налогоплательщиками и налоговыми органами в некоторых странах

Страна	Налогоплательщик	Налоговый орган
Германия	V	V
Великобритания	V	
Норвегия		V
Франция	V	V
Австралия	V	
Индия	V	
Китай	V	
Сингапур	V	
Бразилия		V
США	V	V
ЮАР		V
Россия		V

В Китае, например, Закон о налогообложении доходов организаций указывает – налогоплательщик, в случае не согласия с рассчитанной в соответствии с методами определения трансфертных цен суммой подлежащего налогообложению дохода, должен представить налоговому органу соответствующие доказательства. Если представленные доказательства налогоплательщика будут признаны налоговым органом, то сумма налогооблагаемого дохода будет скорректирована.

В Бразилии ситуация схожа с российской. Первоначальное бремя доказывания лежит на налогоплательщике (применение конкретной методологии трансфертного ценообразования, подготовка и предоставление документации, обосновывающую политику ценообразования). Однако в случае судебного оспаривания неправомерности применения

налогоплательщиком определенной методологии ценообразования, бремя доказывания перекладывается на налоговые органы [12].

Как в отношении предоставления документации по трансфертному ценообразованию, так и в отношении бремени доказывания в международной практике нет единой позиции. Российские правила схожи с достаточно жесткими налоговыми правилами Великобритании и США, и отличаются от более мягких правил Франции.

В целом по разделу можно сделать вывод, что под трансфертной ценой принято понимать цену, устанавливаемую в хозяйственных операциях между различными участниками единой группы компаний. Установление цен между такими компаниями называется трансфертным ценообразованием.

Трансфертные цены применяются в целях перераспределения общей прибыли группы лиц и минимизации налогооблагаемой базы (данный процесс в свою очередь требует повышенного внимания со стороны любого государства).

Что касается современного международного трансфертного ценообразования, оно существенно не отличается от внутрироссийского и основывается на схожих принципах и методах.

2 Анализ финансового состояния группы компаний

2.1 Анализ организационной структуры бизнеса

Из курса Менеджмента известно, что немало важным аспектом в успешном функционировании предприятия является хорошо налаженный организационный процесс. Поэтому в любой организации существует своя организационная структура, согласно которой осуществляется управление отдельными подразделениями и всей организацией в целом [13].

Организационная структура – это схематически отображенная, выстроенная определенным образом иерархия подразделений предприятий, отображающая их подчинение. При создании организационной структуры необходимо учитывать цели компании, в каком направлении организация собирается двигаться. Четко и ясно построенная структура в дальнейшем будет являться инструментом по преодолению разногласий в коллективе, а так же с помощью него будет легко принимать правильные решения в вопросах управления.

В любой организационной структуре, в не зависимости от целей и направления развития компании, присутствуют три элемента:

- управление (во главе любой организации, вне зависимости от её масштаба, есть лицо или группа лиц, которые осуществляют управление и принимают основные решения в организации);
- распределение труда (как правило, в организациях выделяют несколько видов работ или операций, различных по своему содержанию);
- правила работы организации (многие правила обычно явно заявляют, однако есть скрытые, не объявленные правила, которые являются не менее обязательными к исполнению).

Существует несколько видов универсальных организационных структур, таких как линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, дивизионная и т.д.

Однако данные структуры не всегда могут точно подойти той или иной организации.

В данной работе анализ организационной структуры предприятия будет проведен на основе группы компаний ООО «ЭкоЛайф» и ООО «Купец».

Очень часто в малом и среднем бизнесе получается так, что бизнес представлен несколькими юридическими лицами, что уже не вписывается в классические нормы организационной структуры.

Поскольку в данной работе производится анализ именно бизнеса, представляющего собой группу компаний, отдельные подразделения организационной структуры этого бизнеса представлены отдельными юридическими лицами (рисунок 4).

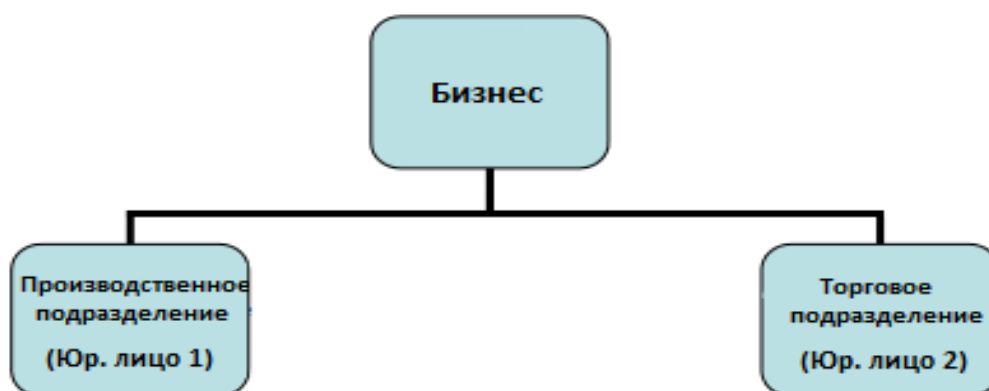


Рисунок 4 – Организационная структура бизнеса

Торговое подразделение представлено компанией ООО «Купец». Основной вид деятельности ООО «Купец» – оптовая торговля. Выделение оптовой торговли в отдельное юридическое лицо обусловлено развитием торговых отношений с крупными сетями супермаркетов (таких как Interspar, Абрикос, Лама и пр.), являющимися плательщиками НДС и осуществляющими взаиморасчеты с контрагентами, также являющимися плательщиками НДС.

Соответственно, с точки зрения организации управления по подразделениям у данной компании всего два подразделения. Это

подразделение административно-управленческого персонала в лице директора и торговое подразделение в лице заведующего складом.

Производственным подразделением является ООО «ЭкоЛайф». Эта компания осуществляет деятельность по производству пищевых эко-продуктов разного ассортимента – от чая до варенья из шишек, а так же изготавливает полезные подарки и сувениры из натурального сибирского сырья. Затем произведенную продукцию реализует оптом и в розницу.

Если рассматривать организационную структуру предприятия с точки зрения подчинения по должностям, то можно представить её в следующем виде (рисунок 5):

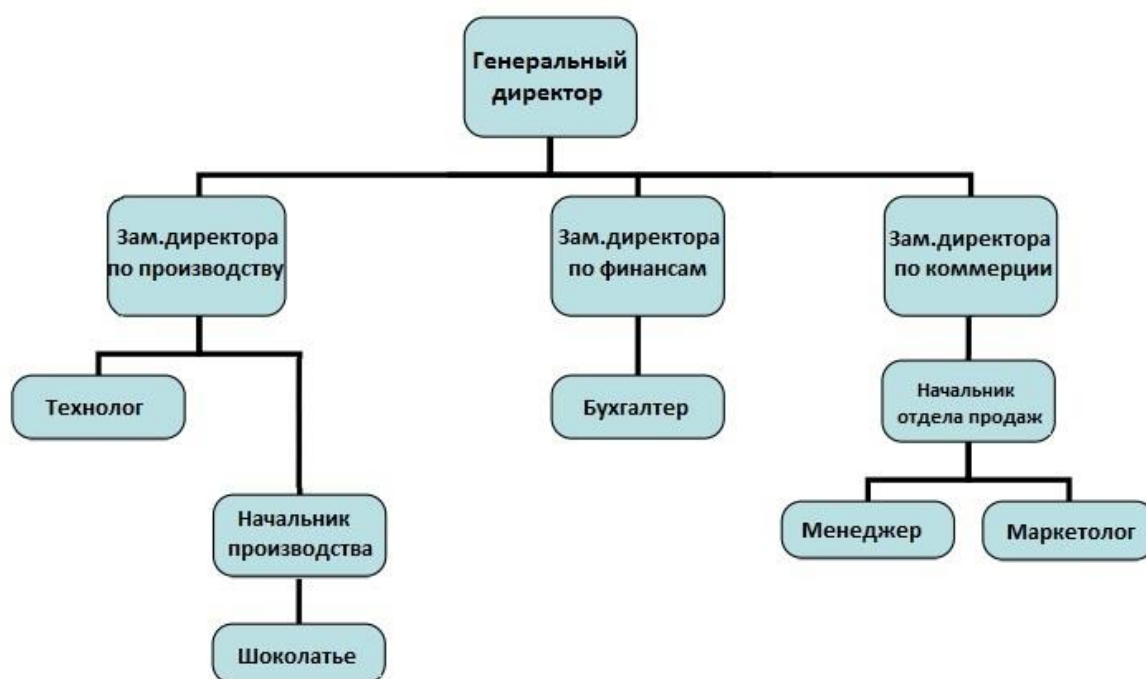


Рисунок 5 – Организационная структура предприятия ООО «ЭкоЛайф»
(подчинение по должностям)

Как видно на рисунке, это линейно-функциональный тип организационной структуры. Этот тип подходит организациям, с относительно ограниченной номенклатурой продукции, какой и является данная организация.

В подчинении у директора компании находится три заместителя: по производству, по финансам и по коммерции. Это функциональные

подразделения внутри данной компании. Каждый заместитель четко знает свои задачи и обязанности и координирует работу по своему подразделению.

Заместитель директора по основному производству спускает задания, полученные от директора, ниже – начальнику производства. Начальник производства в свою очередь выполняет много функциональных обязанностей, одни из которых:

- руководство разработкой производственных программ, графиков выпуска продукции;
- осуществление контроля за ходом производства;
- проведение анализа результатов деятельности производственного подразделения прошлого планового периода для выявления возможностей равномерной и полной загрузки мощностей;
- и т.д.

Так же он дает распоряжение шоколатье, основному работнику производственного отдела, который занимается непосредственно производством продукции в соответствии с разработанной рецептурой, качественными характеристиками и прочими показателями.

Следующее подразделение – финансовое. Заместитель директора по финансам координирует работу бухгалтера. Бухгалтер в свою очередь занимается оформлением и регистрацией первичных документов с использованием программного продукта 1С, а составление финансовой отчетности и налоговых деклараций передано на аутсорсинг.

Заместитель директора по коммерции осуществляет координацию по отделу продаж, контролирует своевременное заключение договоров с поставщиками сырья и потребителями продукции, контролирует поток реализации продукции.

У начальника отдела продаж в подчинении находятся два отдела: отдел менеджмента и отдел маркетинга. Отдел маркетинга проводит маркетинговые исследования рынка, определяют цену на товар, осуществляют маркетинговые коммуникации (активное продвижение в

социальных сетях, продвижение с помощью рекламы, проведение промоакций). Отдел менеджмента осуществляет

- определение целевых групп и формирование стратегии работы с ними;
- формирование и управление каналами продаж.

С другой стороны, данную организационную структуру предприятия можно рассмотреть с точки зрения подчинения по подразделениям, и соотнести затраты того или иного подразделения со счетом бухгалтерского учета (рисунок 6):

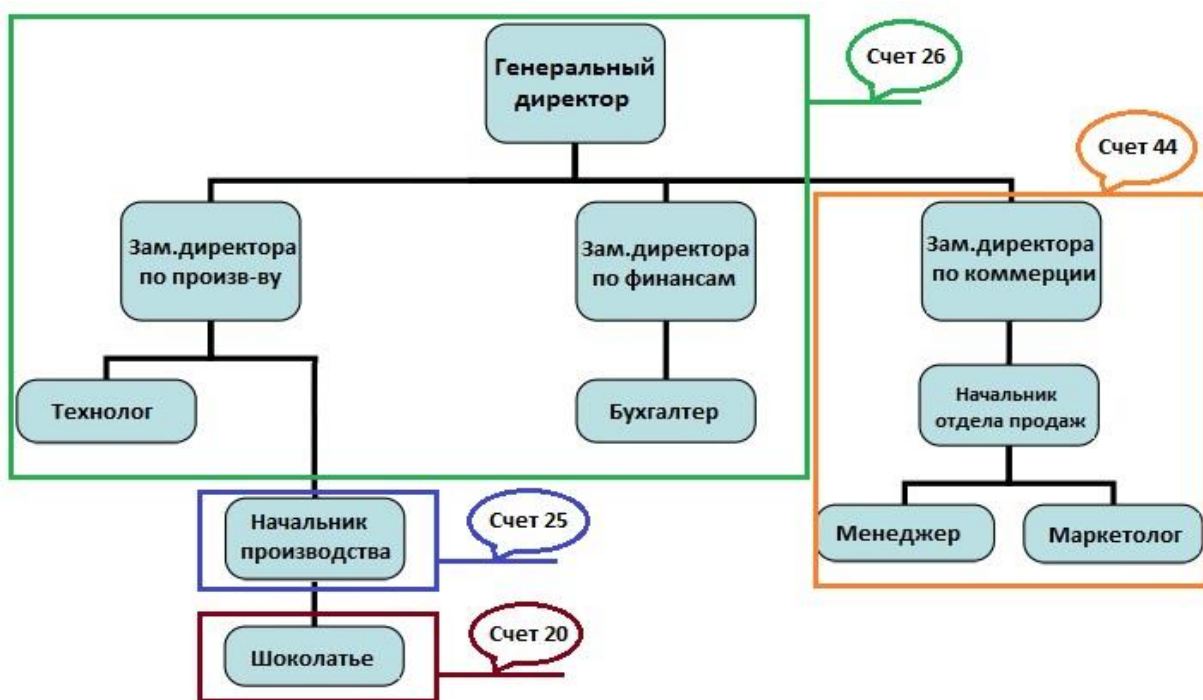


Рисунок 6 – Организационная структура предприятия ООО «ЭкоЛайф» во взаимосвязи со счетами бухгалтерского учета

Согласно данному принципу было выделено четыре подразделения.

К подразделению административно-управленческого персонала (счет 26) относятся все управляющие должности, а именно:

- генеральный директор;
- заместитель директора по производству;
- заместитель директора по финансам.

А так же, к 26 счету относятся технолог и бухгалтерия, так как они не связаны напрямую с производством продукции.

Расходы по данному счету за 2017 год составили 2 362 тыс. руб. и представлены на рисунке 7.

Счет	Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
Подразделение	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
26			2 362 388,29	2 362 388,29		
АУП			1 940 576,40	1 940 576,40		
Производственный отдел			328 949,98	328 949,98		
Финансовый отдел			92 863,91	92 863,91		
Итого			2 362 388,29	2 362 388,29		

Рисунок 7 – Оборотно-сальдовая ведомость по счету 26 за 2017 год

Как можно заметить, основную долю затрат по счету 26 составляет административно-управленческий персонал (АУП).

К подразделению руководства производственного отдела относится начальник производства, так как он непосредственно связан с производством, а значит все затраты, связанные с ним учитываются на 25 счете. Так же на данном счете учитываются затраты производственного отдела, которые невозможно будет в дальнейшем отнести на определенный произведенный продукт. Эти затраты в дальнейшем будут распределены согласно установленной базе распределения и будут отнесены на себестоимость каждого продукта.

Расходы по данному счету за 2017 год составили примерно 3 347 тыс.руб. и представлены на рисунке 8.

Счет	Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
Подразделение	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
25			3 346 818,43	3 346 818,43		
Производственный отдел			2 710 526,37	2 710 526,37		
Руководство производственного отдела			637 292,06	637 292,06		
Итого			3 346 818,43	3 346 818,43		

Рисунок 8 – Оборотно-сальдовая ведомость по счету 25 за 2017 год

Как видно из рисунка, расходы на руководство производственного отдела составляют примерно 20% от общей суммы затрат.

Производственное подразделение взаимосвязано со счетом 20.01. На этом счете учитываются все затраты, связанные с основной деятельностью организации – производством.

Эти затраты включают в себя:

- материальные затраты;
- амортизацию основного оборудования;
- заработную плату шоколадье;
- прочие затраты.

По данному счету за 2017 год сумма затрат составила 14 350 тыс.руб. и представлена на рисунке 9.

Счет	Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
Подразделение	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
20.01	447 000,00		14 359 886,66	14 515 118,87	291 767,79	
Производственный отдел			14 359 886,66	14 515 118,87	291 767,79	
Итого	447 000,00		14 359 886,66	14 515 118,87	291 767,79	

Рисунок 9 – Оборотно-сальдовая ведомость по счету 20.01 за 2017 год

Подразделение продаж взаимосвязано со счетом 44. Расходы, связанные с процессом продажи учитываются на 44 счете. К ним относятся расходы на рекламу, заработная плата сотрудникам отдела.

Расходы по данному счету за 2017 год составили 1 859 тыс.руб. и представлены на рисунке 10.

Счет	Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
Подразделение	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
44.01			1 859 180,61	1 859 180,61		
Отдел продаж			1 859 180,61	1 859 180,61		
Итого			1 859 180,61	1 859 180,61		

Рисунок 10 – Оборотно-сальдовая ведомость по счету 44 за 2017 год

В целом, рассматривая такую модель организационной структуры компании можно сделать выводы, что подчинение налажено должным образом. Все функции и обязанности четко распределены между отделами, которые имеют своих функциональных руководителей.

Как было уже сказано вначале, правильно выстроенный и хорошо налаженный организационный процесс на предприятии является одним из

аспектов успешного функционирования предприятия. А для того, чтобы узнать, насколько успешно и эффективно работает данное предприятие необходимо провести финансовый анализ.

2.2 Анализ финансового состояния предприятий ООО «ЭкоЛайф» и ООО «Купец»

Перед тем, как начать работу с тем или иным предприятием, необходимо провести аналитическую работу по оценке финансового состояния предприятия. Проанализировать такие показатели как рентабельность, платежеспособность, финансовая устойчивость, тем самым оценить эффективность предприятия и какие оно несет риски.

Финансовый анализ ООО «Купец»

Анализ проводился на основе двух форм отчетности предприятий: бухгалтерский баланс (Таблица 3) и отчет о финансовых результатах (Таблица 4).

Динамика изменения активов и их структуры.

Для анализа состава и структуры активов предприятия необходимо провести вертикальный и горизонтальный анализ активов, представленных в бухгалтерском балансе (Таблица 3).

Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса показал, что совокупные активы предприятия за период 2016-2017 гг. увеличились почти в 5 раз (с 89 тыс.руб. до 434 тыс.руб. соответственно). Это изменение обусловлено в основном увеличением финансовых и других оборотных активов на 297 тыс.руб. (1142,3%), представляющих собой дебиторскую задолженность. Остальные статьи изменились не существенно.

Таблица 3 – Бухгалтерский баланс ООО «Купец» на 31 декабря 2017 г.

Наименование показателя	Код	На 31.12.2017	Доля	На 31.12.2016	Доля	Изменение	
		тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	в тыс.руб.	в %
АКТИВ							
Материальные внеоборотные активы	1150						
Нематериальные, финансовые и другие	1120						
Запасы	1210	18	4,15			18	
Денежные средства	1250	94	21,66	63	70,79	31	49,21
Финансовые и другие оборотные	1230	323	74,42	26	29,21	297	1142,31
БАЛАНС	1600	434	100,00	89	100,00	345	387,64
ПАССИВ							
Капитал и резервы	1370	188	43,32	1	1,12	187	18700,00
Долгосрочные заемные средства	1410						
Другие долгосрочные обязательства	1420						
Краткосрочные заемные средства	1510	28	6,45	2	2,25	26	1300,00
Кредиторская задолженность	1520	219	50,46	86	96,63	133	154,65
Другие краткосрочные обязательства	1540						
БАЛАНС	1700	434	100,00	89	100,00	345	387,64

Динамика изменения представлена на рисунке 11.



Рисунок 11 – Динамика изменения состава активов ООО «Купец», тыс.руб.

Вертикальный анализ бухгалтерского баланса показал, что структура активов кардинально поменялась: в 2016 г. основную долю в структуре активов занимали денежные средства (70,8%), а в 2017 г. основную долю стали занимать финансовые и другие оборотные активы (74,4%), так как их сумма существенно увеличилась. Структура активов в 2016 и 2017 гг. представлена на рисунке 12.



Рисунок 12 – Структура активов ООО «Купец» в 2016 и 2017 гг. в долевом соотношении

Динамика изменения источников финансирования и их структуры.

По результатам горизонтального анализа бухгалтерского баланса (таблица 3) можно сделать вывод, что изменение в источниках финансирования обусловлены в основном увеличением капитала и резерва, а именно за счет появления нераспределенной прибыли на 187 тыс.руб. Так же увеличилась кредиторская задолженность на 133 тыс.руб. (154,7%). Динамика изменения представлена на рисунке 13.



Рисунок 13 – Динамика изменения состава источников имущества ООО «Купец», тыс.руб.

Структура источников финансирования тоже изменилась. Доля собственного капитала увеличилась – на 31.12.2017 составила 43,3 % по сравнению с 31.12.2016 – 1,12% (изменение произошло за счет появления нераспределенной прибыли). При этом снизилась доля кредиторской

задолженности с 96,6 % на 31.12.2016 до 50,5% на 31.12.2017 (рисунок 14).
Остальные статьи изменились незначительно.

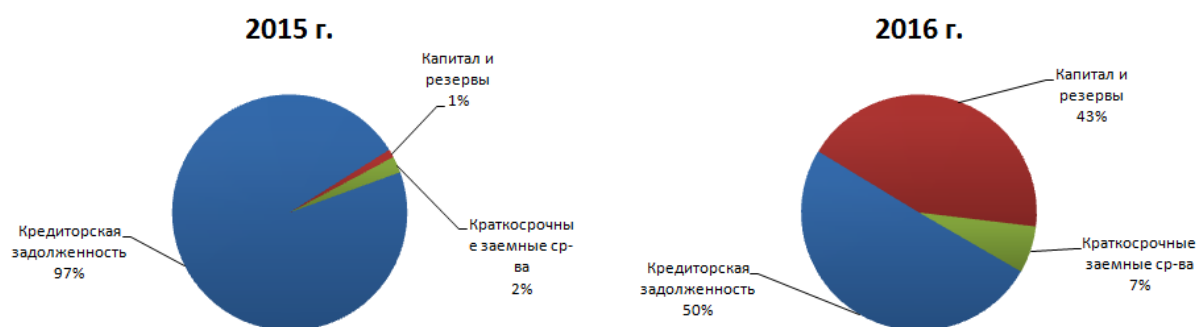


Рисунок 14 – Структура источников финансирования ООО «Купец» в 2016 и 2017 гг. в долевом соотношении

Далее на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах (таблица 4) были посчитаны показатели рентабельности, платежеспособности и финансовой устойчивости.

Таблица 4 – Отчет о финансовых результатах ООО «Купец» за 2017 г.

Наименование показателя	Код	На 31.12.2017
Выручка	2110	1884
Расходы по обычной деятельности	2120	1615
Проценты к уплате	2330	
Прочие доходы	2340	
Прочие расходы	2350	28
Налоги на прибыль (доходы)	2410	48
Чистая прибыль (убыток)	2400	193

Показатели рентабельности предприятия представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Показатели рентабельности на 31.12.2017 г.

Наименование показателя	Формула расчета	Значение, %
Чистая рентабельность продаж	Чистая прибыль / Выручка	10,24
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / Средняя величина собственного капитала	102,66

На основании представленных данных можно сказать, что показатели рентабельности находятся в норме. Чистая рентабельность продаж за 2017 г. составила 10,2%, что в целом для молодого развивающегося предприятия является нормальным значением. Рентабельность собственного капитала на 31.12.2017 г. составила 102,7%. Высокое значение данного показателя означает, что капитал был использован очень эффективно.

Далее в таблице 6 представлены показатели платежеспособности и финансовой устойчивости.

Таблица 6 – Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости и их динамика за период 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.	Изменение
Коэффициент абсолютной ликвидности	$ДС / КО$	0,1-0,2	0,72	0,38	-0,34
Коэффициент срочной ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ) / КО$	0,7-0,8	1,01	1,69	0,68
Коэффициент текущей ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ+З) / КО$	2-3	1,01	1,76	0,75
Коэффициент автономии	$СК / \text{валюта баланса}$	0,6	0,01	0,43	0,42
Коэффициент долга	$(ДО+КО) / \text{валюта баланса}$	0,4	0,99	0,57	-0,42

Коэффициенты платежеспособности так же находятся в пределах нормы. Значения коэффициентов срочной и текущей ликвидности выросли в среднем на 0,7 пунктов в основном из-за существенного увеличения дебиторской задолженности. Значение коэффициента абсолютной ликвидности сократилось на 0,3 пункта, так как денежные средства по сравнению с краткосрочными обязательствами за 2017 г. выросли незначительно, однако все так же находится в пределах нормы.

Что касается показателей финансовой устойчивости, то по сравнению с 2016 годом они существенно изменились, однако коэффициент долга все ещё превышает нормативное значение. Это означает, что на этот момент организация не может покрыть свои долговые обязательства за счет собственного капитала.

В целом по предприятию ООО «Купец» можно сделать вывод, что оно является эффективным, так как показатели рентабельности находятся в пределах нормы; платежеспособным, так как показатели ликвидности в

норме; однако предприятие является не совсем финансово устойчивым, так как собственных средств не хватает для погашения обязательств.

Финансовый анализ ООО «ЭкоЛайф»

Анализ проводился на основе двух форм отчетности предприятий: бухгалтерский баланс (Приложение А) и отчет о финансовых результатах (Приложение Б).

Динамика изменения активов и их структуры.

Для анализа состава и структуры активов предприятия необходимо провести вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса (Приложение В).

Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса показал, что совокупные активы предприятия за период 2016-17 гг. увеличились почти в 3 раза (с 4 151 тыс.руб. до 11 317 тыс.руб. соответственно). Это изменение обусловлено в основном увеличением оборотных активов, а именно ростом дебиторской задолженности на 3 036 тыс.руб. (87,9%), увеличением денежных средств на 1 916 тыс.руб. (3 041,3%) и увеличением запасов на 1485 тыс.руб. (306,2%). Динамика изменения представлена на рисунке 15.

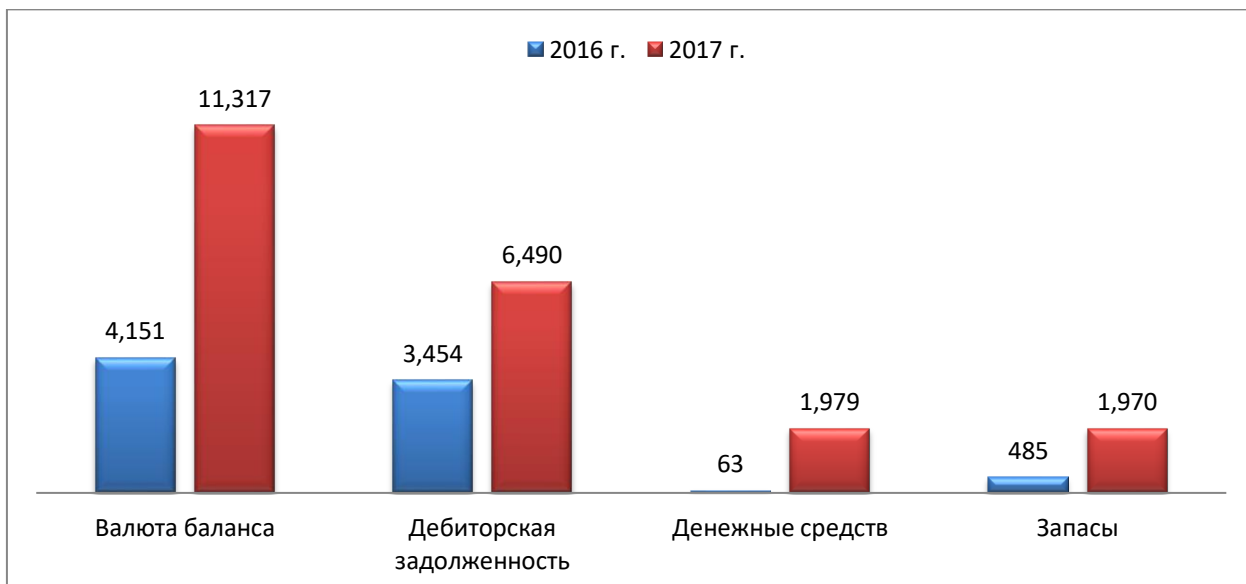


Рисунок 15 – Динамика изменения состава активов, тыс.руб.

Вертикальный анализ бухгалтерского баланса предприятия показал, что в структуре активов основную долю занимают оборотные активы (более

90%), это невооруженным глазом можно заметить на выше представленном рисунке 15. Однако небольшое изменение все же произошло: доля оборотных активов сократилась с 96,4% (на 31.12.2016) до 92,2% (на 31.12.2017) за счет увеличения доли основных средств с 3,6% (на 31.12.2016) до 7,2% (на 31.12.2017).

Что касается изменений внутри активов, заметно сократилась доля дебиторской задолженности с 83,2% (на 31.12.2016) до 57,4% (на 31.12.2017). Заметно увеличилась доля денежных средств с 1,5% (на 31.12.2016) до 17,5% (на 31.12.2017). Так же увеличилась доля запасов с 11,7% (на 31.12.2016) до 17,4% (на 31.12.2017) (рисунок 16). Остальные статьи изменились незначительно.

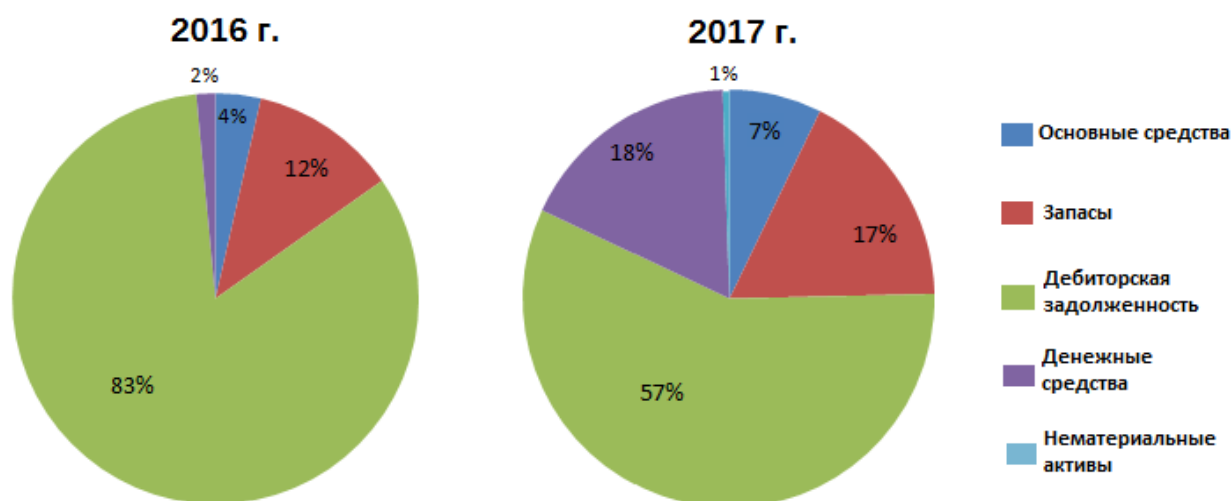


Рисунок 16 – Структура активов в 2016 и 2017 гг. в долевом соотношении

Динамика изменения источников финансирования и их структуры.

Для анализа состава и структуры пассивов предприятия необходимо провести вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса (Приложение В).

По результатам горизонтального анализа можно сделать вывод, что изменение в источниках финансирования обусловлены в основном увеличением собственного капитала за счет увеличения нераспределенной прибыли на 5 506 тыс.руб. (625,68 %), а так же на увеличение источников

финансирования повлияло возникновение долгосрочных обязательств в размере 1 559 тыс.руб. Краткосрочные обязательства изменились не существенно. Динамика изменения представлена на рисунке 17.



Рисунок 17 – Динамика изменения состава источников имущества, тыс.руб.

Структура источников финансирования тоже изменилась. Доля собственного капитала увеличилась – на 31.12.2017 составила 56,5 % по сравнению с 31.12.2016 – 21,4% (изменение произошло за счет увеличения нераспределенной прибыли), при этом доля краткосрочных обязательств значительно снизилась – на 31.12.2017 составила 29,7% по сравнению с 31.12.2016 – 78,6% (рисунок 18).

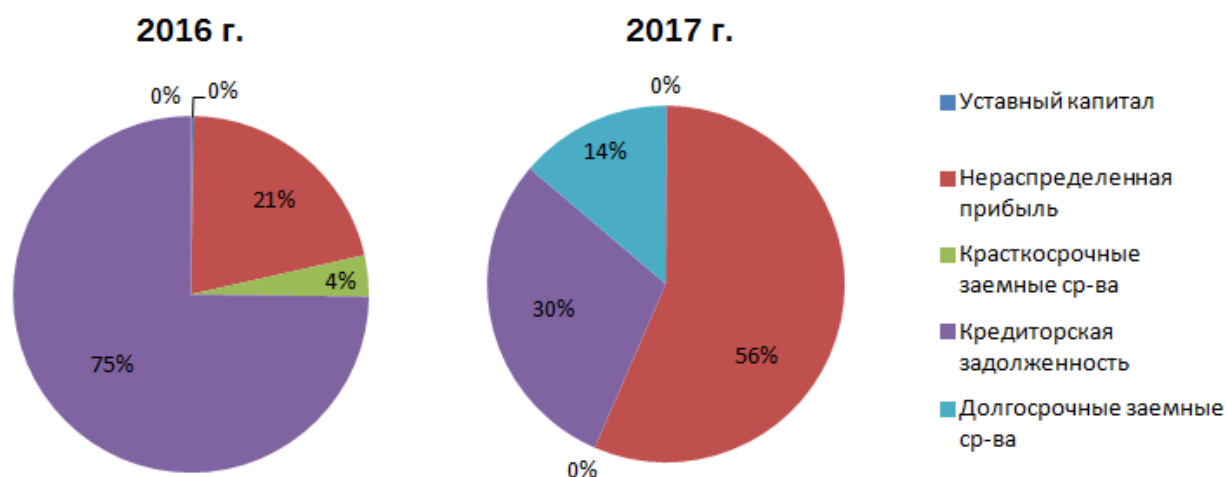


Рисунок 18 – Структура источников финансирования в 2016 и 2017 гг. в долевом соотношении

Далее на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах были посчитаны показатели платежеспособности, рентабельности, оборачиваемости и финансовой устойчивости.

Показатели рентабельности

После расчета показателей рентабельности, приведенных в таблице 7, стало видно, что все показатели сократились.

Таблица 7 – Показатели рентабельности за 2016-2017 гг., в %

Наименование показателя	Формула расчета	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Чистая рентабельность продаж	Чистая прибыль / Выручка	13,9	11,3
Валовая рентабельность продаж	Валовая прибыль / Выручка	15,0	12,3
Рентабельность оборотных активов	Прибыль от продаж / Оборотные активы	54,9	32,9
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / Средняя величина собственного капитала	392,1	86,5

Снижение рентабельности продаж обусловлено тем, что темпы роста за рассматриваемый период у выручки составили 91,3%, а у себестоимости – 97,5%. В связи с этим показатели сократились и находятся на среднем уровне. Значения показателей рентабельности оборотных активов и собственного капитала находятся в норме и свидетельствуют об их эффективном использовании.

Показатели оборачиваемости

Показатели оборачиваемости, представленные в таблице 8, свидетельствуют о достаточно быстром возврате вложенных средств для производственного предприятия.

Таблица 8 – Показатели оборачиваемости за 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Коэффициент оборачиваемости запасов	Себестоимость продаж / Средняя величина запасов	51,2	20,0
Продолжительность (время) оборота запасов, дни	365 / Коэффициент оборачиваемости запасов	7	18
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Выручка / Средняя величина дебиторской задолженности	8,2	5,6
Продолжительность оборота дебиторской задолженности, дни	365 / Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	44	65

Продолжение таблицы 8

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	Себестоимость продаж / Средняя величина кредиторской задолженности	7,9	7,6
Продолжительность оборота кредиторской задолженности, дни	365 / Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	46	48
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	Выручка / Средняя величина оборотных активов	7,0	3,9
Продолжительность оборота оборотных средств, дни	365 / Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	52	94

Однако высокие значения имеют время оборота дебиторской задолженности – 65 дней, и время оборота оборотных средств – 94,4 дня.

Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости

Почти все показатели платежеспособности на 31.12.2016 г. имеют значение ниже нормы, что свидетельствует о нехватке ликвидных активов для погашения текущих обязательств, однако уже на 31.12.2017 г. все показатели находятся в пределах значений и даже выше, что свидетельствует о том, что предприятие не испытывает недостатка в денежных средствах (таблица 9).

Таблица 9 – Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости за период 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.	Изменение
Коэффициент абсолютной ликвидности	ДС / КО	0,1-0,2	0,02	0,59	0,57
Коэффициент срочной ликвидности	(ДС+КФВ+ДЗ) / КО	0,7-0,8	1,08	2,52	1,44
Коэффициент текущей ликвидности	(ДС+КФВ+ДЗ+З)/ КО	2-3	1,23	3,10	1,88
Коэффициент автономии	СК / валюта баланса	0,6	0,21	0,57	0,351
Коэффициент долга	(ДО+КО) / валюта баланса	0,4	0,79	0,43	-0,351

Показатели финансовой устойчивости на 31.12.2017 находятся в норме, по сравнению с 2016 годом. Коэффициент автономии вырос на 0,35

пунктов и приблизился к норме, а коэффициент долга наоборот сократился на данное значение и тоже находится в норме.

В целом финансовое положение ООО «ЭкоЛайф» можно оценить как финансово устойчивое и платежеспособное (ликвидные активы в 3 раза превышают краткосрочные обязательства). Риски у компании минимальны. Что касается эффективности, то для производственных предприятий желательно иметь рентабельность продаж от 10 до 40%. У данной компании она находится на пограничной отметке и составляет 12,3%, что говорит о том, что предприятию следует повысить эффективность.

После проведения сравнительного анализа финансового положения предприятий группы, следует составить сводную таблицу и сравнить показатели двух компаний. Результаты приведены в таблице 10.

Таблица 10 – Сравнительный анализ финансового состояния компаний группы на 31.12.2017 г.

Наименование показателя	ООО «ЭкоЛайф»	ООО «Купец»
Выручка, тыс. руб.	27 931	1 884
Чистая рентабельность продаж, %	11,3	10,24
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	3,9	4,33
Коэффициент текущей ликвидности	3,1	1,76
Коэффициент автономии	0,57	0,43

Как видно из таблицы масштабы организаций заметно отличаются (значение выручки ООО «ЭкоЛайф» почти в 15 раз превышает значение ООО «Купец»). Это объясняется тем фактом, что компания ООО «ЭкоЛайф» занимается и производством и торговлей продукцией, а компания ООО «Купец» только торговлей некоторой долей продукции, которую произвела компания ООО «ЭкоЛайф».

Однако, несмотря на различие масштабов деятельности организаций, их финансовое состояние в целом одинаковое по следующим показателям:

- эффективность продаж находится на среднем уровне (так как доля себестоимости реализации товаров в выручке высокая);
- коэффициенты оборачиваемости оборотных средств низкие;

– коэффициенты текущей ликвидности в норме (ликвидных средств хватает для покрытия краткосрочных обязательств).

Отличие заключается в коэффициенте автономии, который показывает, что компания ООО «ЭкоЛайф» является финансово независимой, в то время как ООО «Купец» наоборот зависит от заемных источников финансирования.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что компания ООО «ЭкоЛайф» является более финансово устойчивой, так как финансовые риски компании минимальны. Компания ООО «Купец» имеет менее устойчивое финансовое положение, но является платежеспособной. Эффективность деятельности компаний находится на среднем уровне. Также можно отметить, что для молодых развивающихся организаций малого бизнеса, к категории которых относятся данные компании, значения показателей этих компаний находятся на приемлемом уровне.

2.3 Сравнительный анализ компании ООО «ЭкоЛайф» с аналогичным предприятием в отрасли

Для объективной финансовой оценки предприятия следует сравнить данное предприятие с аналогичным производственным предприятием в той же отрасли. В рамках данной работы было выбрано предприятие из той же отрасли, того же региона, но немного большего масштаба деятельности. Показателем масштаба деятельности предприятия является выручка предприятия.

Таблица 11 – Сравнение масштаба деятельности двух предприятий, в тыс. руб.

Компания	Наименование показателя	2016 г.	2017 г.
ООО «ЭкоЛайф»	Выручка	14 602	27 931
	Чистая прибыль	2 031	3 152
ООО «Кедровница»	Выручка	25 682	72 252
	Чистая прибыль	4 580	9 996

Для наглядности данные представлены на рисунке 19 и 20.

Из представленных рисунков видно, что масштабы деятельности у предприятий разные, однако динамика развития организаций примерно одинаковая.

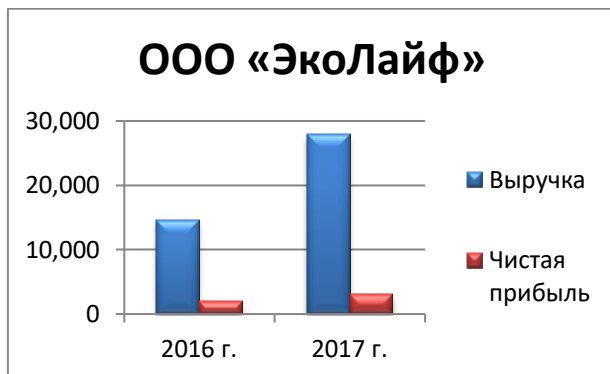


Рисунок 19 – Динамика соотношения выручки и чистой прибыли ООО «ЭкоЛайф», тыс.руб.



Рисунок 20 – Динамика соотношения выручки и чистой прибыли ООО «Кедровница», тыс.руб.

Для проведения сравнительного анализа была взята отчетность компании ООО «Кедровница» – бухгалтерский баланс (Приложение Г) и отчет о финансовых результатах (Приложение Д) за аналогичный период и в тех же единицах измерения, и на основании этой отчетности рассчитаны показатели, позволяющие оценить финансовое положение предприятия.

Показатели рентабельности.

Для сравнительной оценки показателей данной группы были рассчитаны следующие показатели: рентабельность оборотных активов, рентабельность собственного капитала и два вида рентабельности продаж – чистая и валовая. Показатели рентабельности компании ООО «ЭкоЛайф» представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Показатели рентабельности ООО «ЭкоЛайф» за 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Чистая рентабельность продаж	Чистая прибыль / Выручка	13,9	11,3
Валовая рентабельность продаж	Валовая прибыль / Выручка	15,0	12,3
Рентабельность оборотных активов	Прибыль от продаж / Оборотные активы	54,9	32,9

Продолжение таблицы 12

Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль / Средняя величина собственного капитала	392,1	86,5
---	---	-------	------

Показатели рентабельности компании ООО «Кедровница» представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Показатели рентабельности ООО «Кедровница» за 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Чистая рентабельность продаж	Чистая прибыль / Выручка	17,8	13,8
Валовая рентабельность продаж, %	Валовая прибыль / Выручка	13,2	11,6
Рентабельность оборотных активов, %	Прибыль от продаж / Оборотные активы	22,3	41,5
Рентабельность собственного капитала, %	Чистая прибыль / Средняя величина собственного капитала	44,2	56,9

Как можно заметить, рентабельности продаж у обеих компаний сократились в среднем на 3%. Это произошло из-за того, что несмотря на то, что сумма выручки существенно выросла, доля затрат в ней увеличилась. Значения рентабельности активов и собственного капитала на 31.12.2017 г. как у одной, так и у другой компании свидетельствуют об их эффективном использовании.

Показатели платежеспособности.

Для сравнительной оценки показателей данной группы были рассчитаны коэффициенты текущей, срочной и абсолютной ликвидности.

Показатели платежеспособности компании ООО «ЭкоЛайф» представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Показатели платежеспособности ООО «ЭкоЛайф» за 2016-2017 гг., в %

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	ДС / КО	0,1-0,2	0,02	0,59

Продолжение таблицы 14

Коэффициент срочной ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ) / КО$	0,7-0,8	1,08	2,52
Коэффициент текущей ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ+З)/ КО$	2-3	1,23	3,10

Показатели платежеспособности компании ООО «Кедровница» представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Показатели платежеспособности ООО «Кедровница» за 2016-2017 гг., в %

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	$ДС / КО$	0,1-0,2	0,10	0,005
Коэффициент срочной ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ) / КО$	0,7-0,8	0,61	1,22
Коэффициент текущей ликвидности	$(ДС+КФВ+ДЗ+З)/ КО$	2-3	0,61	1,73

Как можно заметить у обеих компаний коэффициенты текущей и срочной ликвидности находятся в норме, ликвидных активов хватает для покрытия краткосрочных обязательств. Однако абсолютная ликвидность у предприятий разная. Абсолютная ликвидность компании ЭкоЛайф намного выше нормы. С одной стороны это означает, что предприятие способно покрыть краткосрочные обязательства с помощью денежных средств, с другой – что доля неработающих активов в виде денежных средств высока. У компании Кедровница коэффициент абсолютной ликвидности наоборот ниже нормы, что свидетельствует о недостаточном количестве высоколиквидных активов.

Показатели финансовой устойчивости

Ещё одной группой показателей необходимых для проведения финансового анализа является группа показателей финансовой устойчивости (коэффициент автономии и коэффициент долга).

Показатели финансовой устойчивости компании ООО «ЭкоЛайф» представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Показатели финансовой устойчивости ООО «ЭкоЛайф» за 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Коэффициент автономии	СК / валюта баланса	0,6	0,21	0,57
Коэффициент долга	(ДО+КО) / валюта баланса	0,4	0,79	0,43

Показатели финансовой устойчивости компании ООО «Кедровница» представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Показатели финансовой устойчивости ООО «Кедровница» за 2016-2017 гг.

Наименование показателя	Формула расчета	Норма	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.
Коэффициент автономии	СК / валюта баланса	0,6	0,75	0,72
Коэффициент долга	(ДО+КО) / валюта баланса	0,4	0,25	0,28

В целом оба предприятия являются финансово устойчивыми, однако ООО «Кедровница» является более устойчивым, так как доля заемного капитала составляет всего 28%, это на 15% меньше, чем у ООО «ЭкоЛайф», доля заемного капитала у которого составляет 43%.

Сравнив два предприятия одной отрасли по трем группам показателей можно сделать следующие выводы:

- оба предприятия являются средне рентабельными, то есть эффективность производства находится на среднем уровне. Для повышения эффективности и той и другой организации необходимо сокращать долю затрат в составе выручки, то есть искать пути по снижению себестоимости;
- оба предприятия несут минимальные риски, так как компании являются платежеспособными и финансово устойчивыми.

В целом по главе можно сделать вывод, что, рассматриваемый малый бизнес представлен отдельными юридическими лицами. В данной главе была рассмотрена и проанализирована организационная структура бизнеса, по результатам анализа были сделаны выводы, что организационный процесс

в группе предприятий является хорошо налаженным. Далее был проведен финансовый анализ группы, который показал, что эффективность предприятий находится на среднем уровне, они являются платежеспособными. Производственное подразделение финансово устойчиво и несет минимальные риски. Торговое подразделение находится в более рисковом положении и нуждается в увеличении собственных средств. При сравнении с аналогичным предприятием отклонения в значениях показателей были не существенны.

3 Совершенствование трансфертного ценообразования на предприятии ООО "ЭкоЛайф"

3.1 Анализ структуры выручки от внутригрупповых операций

В данном разделе будет проведен анализ структуры выручки по контрагентам. Будут проанализированы контрагенты ООО «ЭкоЛайф», определена доля выручки, приходящаяся на ООО «Купец».

Как уже говорилось выше, основной вид деятельности ООО «ЭкоЛайф» это производство, то есть основной доход организация получает от оптовой и розничной реализации произведенной продукции. За период 2017 года число контрагентов данной компании составило 464 организации из разных регионов России, общая сумма выручки – 27 931 тыс.руб. По результатам анализа всех контрагентов по реализации были выбраны самые крупные и проранжированы в порядке убывания. Основные контрагенты и их доля в выручке представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Анализ структуры выручки ООО «ЭкоЛайф» по контрагентам за 2017 г.

Контрагент	Выручка от продажи, тыс.руб.	Доля в общей выручке, %
ИП Вурлаков А. И.	3 614	12,94
ООО «Купец»	1 438	5,15
ООО «Малина»	1 413	5,06
Практика ТД	1 364	4,88
ООО «Еж»	970	3,47
ООО «Ресурс»	935	3,35
ИП Судаков Ю. А.	748	2,68
Прочие	17 450	62,48
ИТОГО	27 931	100,00

Для наглядности на основе таблицы был построен график, изображенный на рисунке 21.

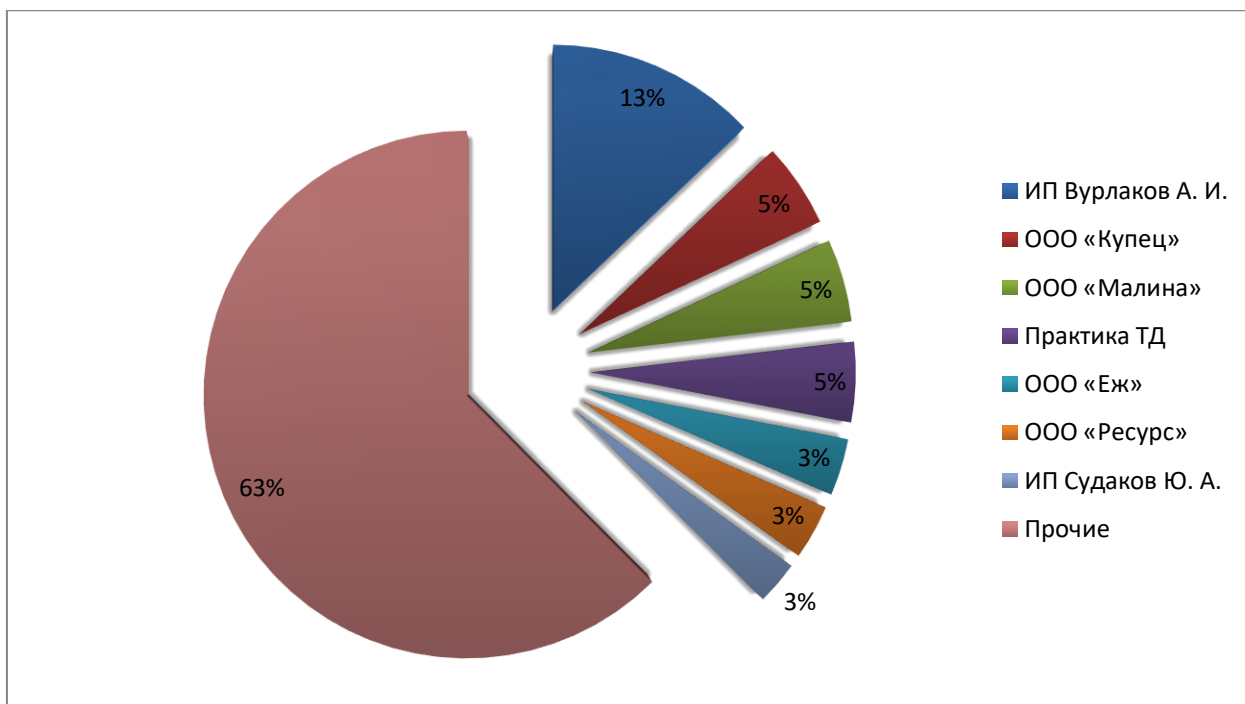


Рисунок 21 – Структура выручки от реализации по крупным контрагентам
ООО «ЭкоЛайф»

Как из таблицы, так и из рисунка видно, что самым крупным контрагентом является ИП Вурлаков. Доля в общей выручке от реализации ИП Вурлаков составила 13%. ООО «Купец» находится на втором месте, доля в общей выручки от реализации составляет 5,2%. Это значит, что ООО «ЭкоЛайф» посредством ООО «Купец» реализует продукцию крупным сетям супермаркетов г. Томска, так как ООО «ЭкоЛайф» продает ООО «Купец» только то количество продукции, какое запросили у ООО «Купец» его контрагенты.

Так же можно проанализировать динамику изменения доли выручки, приходящуюся на ООО «Купец» по месяцам (таблица 19).

Таблица 19 – Изменение доли выручки, приходящаяся на ООО «Купец» за 2017 год.

Месяц	Выручка от продажи Купцам, тыс.руб.	Общая сумма выручки за месяц, тыс.руб.	Доля, %
Январь	9	880	0,98
Февраль	87	1 857	4,70
Март	29	2 215	1,31
Апрель	615	2 144	28,69
Май	20	1 322	1,51

Продолжение таблицы 19

Июнь	27	1 647	1,63
Июль	82	1 952	4,22
Август	14	1 914	0,74
Сентябрь	0	1 635	0,00
Октябрь	5	2 888	0,18
Ноябрь	336	4 671	7,18
Декабрь	214	4 805	4,45

Так же для наглядности на основе данной таблицы был построен график (рисунок 22)

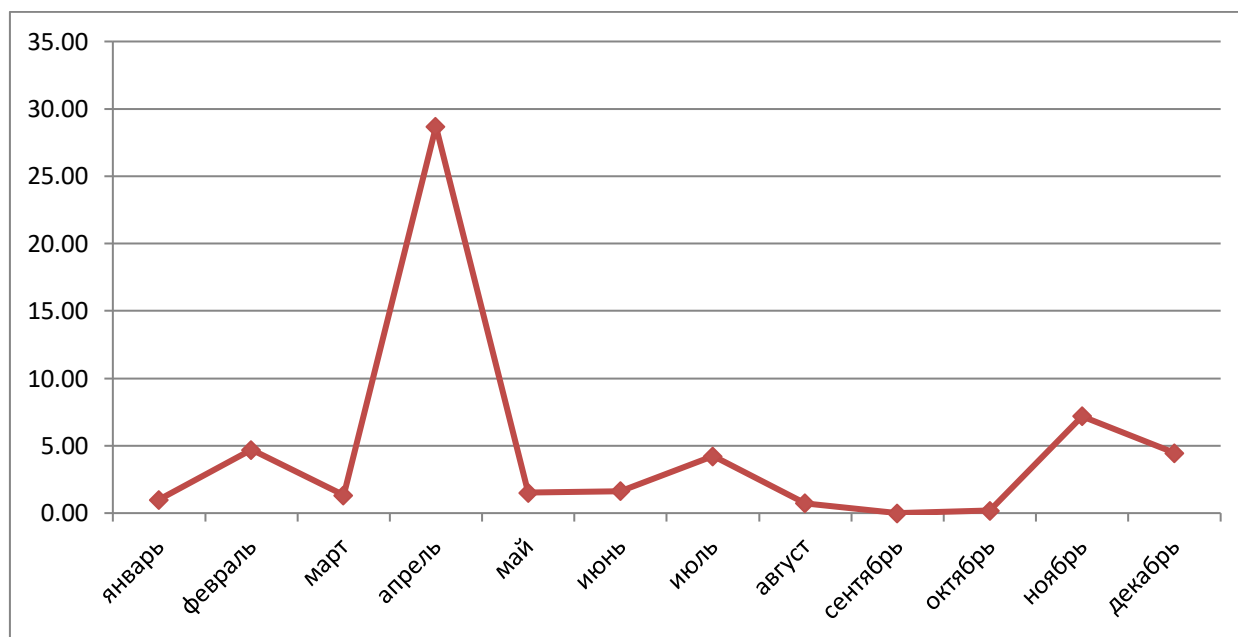


Рисунок 22 – Динамика движения доли выручки от реализации ООО «Купец» в составе общей выручки за месяц

Как можно видеть из рисунка, исследуемый показатель за период был не стабильным, так как график представлен в виде ломаной линии. Почти каждый месяц показатель менял свое направление движения с возрастающего на ниспадающее. Так же наблюдается резкий скачок с 1,3% в марте и до 28,7% в апреле. Однако уже в мае показатель снова упал до отметки 1,5%. Ещё можно отметить спад в период с августа по октябрь. В связи с этим можно сделать предположение, что в супермаркетах политика сезонных продаж. Осенью наступает сезон ореховых культур, люди стараются покупать орехи в сыром виде, поэтому сети супермаркетов не

закупают большие количества товара, а весной, наоборот, в качестве витаминов товары пользуются высоким спросом.

3.2 Анализ текущего состояния ценообразования при внутригрупповых продажах

Для проведения анализа текущего состояния ценообразования на предприятии «ЭкоЛайф» по принципу большей суммы продажи было выбрано шесть товаров, три из которых (горький шоколад, ядро ореха в сиропе, шишковое варенье) являются произведенным товаром, а остальные три (мед Разнотравье, орех кедровый очищенный, масло кедровое) – товаром для перепродажи. Затем была проанализирована большая часть сделок по внутригрупповым продажам этих продуктов. Результаты анализа цен на данные товары и количества проданных товаров по данной цене в рамках одной сделки представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Анализ цен на товары и количества проданных товаров по данной цене в рамках одной сделки

Горький шоколад		Ядро ореха в сиропе		Шишковое варенье		Мед Разнотравье		Орех кедровый очищенный		Масло кедровое	
Количество (шт.)	Цена (руб.)	Количество (шт.)	Цена (руб.)	Количество (шт.)	Цена (руб.)	Количество (шт.)	Цена (руб.)	Количество (шт.)	Цена (руб.)	Количество (шт.)	Цена (руб.)
40	133	5	156	24	140	2	100	20	236	3	266
4-8	190	12	220	5-24	200	130	148	5-10	244	1	333
2	200	55	223	36	210	24	186	3-10	252	14	351
10-34	202	32	233	2-4	224	4	176	2	360	10	370
3-5	210	18	245	5-20	290	1-3	224			2	400
10	224	1	305	12	305	12	270			1	600
1	305	1	350	3	350						

На основе данной таблицы можно сделать вывод, что ценообразование в компании не налажено, размер предоставляемых скидок

необоснован. При определении цены продажи того или иного товара решение принимается на основе договорных цен.

Далее для более точного анализа все цены были проклассифицированы по типу цены (дистрибьютерская, розничная, оптовая) для объективного сравнения трансфертных цен с оптовыми ценами (таблица 21).

Таблица 21 – Сравнение трансфертных цен с рыночными ценами компании «ЭкоЛайф»

Контрагенты	Тип цены	Наименование продукции					
		Горький шоколад	Ядро ореха в сиропе	Шишковое варенье	Мед Разнотравье	Орех кедровый очищенный	Масло кедровое
Внешние	Дистрибьютерская 1	133	156	140	100		
	Розничная 1	305	305	305	270		600
	Оптовая 1	190	220	200	148	236	266
	Оптовая 2	200	223	210	186	244	333
	Оптовая 3	210	233	224	176	252	351
	Оптовая 4	224	245	290	224	360	370
	Оптовая 5	305	350	350	270		400
ООО "Купец"	Трансфертная 1	160	114	105	105	123	173
	Трансфертная 2		131	162	141	189	266
Средний уровень оптовых цен для внешних покупателей		190-305	220-472	200-350	148-270	236-252	266-400
Диапазон цен для ООО "Купец"		160	114-131	105-162	105-141	123-189	173-266

Из таблицы видно, что уровень цен, по которым компания «ЭкоЛайф» продает товары компании «Купец» (трансфертные цены), значительно ниже среднего уровня оптовых цен для внешних покупателей. Разница в ценах на некоторые товары достигает двойного размера. Таковыми товарами являются как собственно произведенные (ядро ореха в сиропе, шишковое варенье), так и товары для перепродажи (орех кедровый очищенный).

В соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации (НК РФ) цены, по которым компания «ЭкоЛайф», выступающая в качестве

одного юридического лица, продает товары компании «Купец», выступающей в качестве другого юридического лица, считаются трансфертными ценами, так как сделки между данными юридическими лицами являются сделками между взаимозависимыми лицами.

Компании «ЭкоЛайф» и «Купец» являются взаимозависимыми на основании нескольких фактов:

- особенности отношения между данными компаниями оказывают влияние на условия и результаты сделок, совершаемых этими лицами, и на экономические результаты деятельности этих лиц;
- управление двумя компаниями осуществляет одна группа людей;
- общий фактический адрес нахождения;
- общий склад;
- общий отдел продаж.

Определив отношения между лицами как между взаимозависимыми лицами, налоговый орган проверяет сделки на контролируемость.

Сделки между данными компаниями являются неконтролируемыми, так как не удовлетворяют условиям контролируемости, прописанных в пунктах 1-3 ст. 105.14 НК РФ (так как сумма доходов по сделкам за соответствующий календарный год не превышает установленного размера). И в то же время удовлетворяют условиям, прописанным в пункте 4 подпункте 2 той же статьи, не признающим данные сделки контролируемыми. А именно, выполняется условие одновременного удовлетворения следующим требованиям [1]:

- стороны сделки зарегистрированы в одном субъекте Российской Федерации (Томская область);
- у обеих сторон нет обособленных подразделений в других регионах и за рубежом;
- стороны сделки не уплачивают налог на прибыль в бюджеты других регионов Российской Федерации;

- у сторон нет убытков, учитываемых в целях налога на прибыль;
- отсутствуют обстоятельства для признания совершаемых такими лицами сделок контролируруемыми в соответствии с подпунктами 2-7 пункта 2 статьи 105.14 Налогового кодекса Российской Федерации.

Однако, отсутствие контролируемости сделок между компаниями не дает право на занижение трансфертной цены.

Очень низкий по сравнению с рыночными ценами уровень трансфертных цен у компании означает увеличение налоговых рисков. Обнаружение данного факта налоговыми службами может повлечь за собой финансовые санкции и доначисления налоговых платежей.

3.3 Анализ приемлемых методов трансфертного ценообразования с учетом особенностей бизнеса

По результатам анализа, проведенного в подразделах 3.1 и 3.2 данного раздела, в связи с низкой долей реализации продукции компании «ЭкоЛайф» компании «Купец» (5,2%) и четко не налаженным процессом ценообразования, можно сделать вывод, что трансфертному ценообразованию руководители бизнеса не уделяют должного внимания, указывая цену сделки необоснованно.

Для определения трансфертной цены, удовлетворяющей Федеральные налоговые службы, необходимо проанализировать методы трансфертного ценообразования, установленные в ст. 105.7 НК РФ:

- метод сопоставимых рыночных цен;
- метод цены последующей реализации;
- затратный метод;
- метод сопоставимой рентабельности;
- метод распределения прибыли.

Если на рынке была совершена хотя бы одна сопоставимая сделка по продаже идентичных (при отсутствии – однородных) товаров, то метод сопоставимых рыночных цен является приоритетным при определении соответствия цен для целей налогообложения. Согласно п.3 ст.105.7 НК РФ сопоставимой сделкой может являться сделка, совершенная налогоплательщиком (ООО «ЭкоЛайф») с не взаимозависимым лицом (внешние покупатели).

Метод цены последующей реализации является следующим по приоритету методом определения соответствия цены, подразумевающий сопоставление валовой рентабельности, полученной лицом при перепродаже приобретенного в сделке товара, с рыночным интервалом валовой рентабельности (ст. 105.10 НК РФ). В данном случае, этот метод невозможен к рассмотрению, так как торговое подразделение (ООО «Купец») покупает и перепродает только те товары, которые продает ему производственное подразделение (ООО «ЭкоЛайф»).

Затратный метод применяется, в частности, в нескольких случаях, один из которых учитывает особенности рассматриваемого бизнеса, а именно при реализации товаров по долгосрочным договорам между взаимозависимыми лицами (ст.105.11 НК РФ). Заключается в сопоставлении валовой рентабельности затрат одного лица, участвующего в сделки, с рыночным интервалом валовой рентабельности затрат.

Метод сопоставимой рентабельности и метод распределения прибыли не подходят к рассмотрению в рамках данной работы за неимением необходимых данных для расчета сопоставимой цены.

По результатам анализа методов трансфертного ценообразования, прописанных в НК РФ, к рассмотрению подлежат два метода – метод сопоставимых рыночных цен и затратный метод [1].

Метод сопоставимых рыночных цен

Для определения соответствия цен в рассматриваемых сделках рыночным ценам были взяты оптовые цены компании «ЭкоЛайф» и

рассчитаны минимальное и максимальное значение интервала рыночных цен в соответствии с подпунктом 2 пункта 3 ст.105.9 НК РФ. Результаты расчетов представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Расчет рекомендуемого интервала цен методом сопоставимых рыночных цен

	Наименование продукции					
	Горький шоколад	Ядро ореха в сиро­пе	Шиповое варенье	Мед Разно­гравье	Орех кедровый очищенный	Масло кедровое
Оптовая цена 1	190	220	200	148	236	266
Оптовая цена 2	200	223	210	186	244	333
Оптовая цена 3	210	233	224	176	252	351
Оптовая цена 4	224	245	290	224	360	370
Оптовая цена 5	305	350	350	270		400
Минимальное значение цены	200	223	210	186	240	333
Расчет	$5/4=1,25;$ $1+1=2$	$5/4=1,25;$ $1+1=2$	$5/4=1,25;$ $1+1=2$	$5/4=1,25;$ $1+1=2$	$4/4=1;$ $(236+244)/2$	$5/4=1,25;$ $1+1=2$
Максимальное значение цены	224	245	290	224	306	370
Расчет	$0,75*5=$ $=3,75$ $3+1=4$	$0,75*5=3,$ 75 $3+1=4$	$0,75*5=$ $3,75$ $3+1=4$	$0,75*5=3,75$ $3+1=4$	$0,75*4=3$ $(252+360)/2$	$0,75*5=3,75$ $3+1=4$
Диапазон цен для ООО "Купец"	160	114-131	105-162	105-141	123-189	173-266
Рекомендуемый интервал трансфертной цены	200-224	223-245	210-290	186-224	240-306	333-370

По результатам таблицы можно сделать вывод, что трансфертные цены, установленные на предприятии, не входят в рекомендуемый интервал, следовательно, в соответствии с п.7 ст. 105.9 НК РФ для целей налогообложения следует установить трансфертную цену в размере, соответствующей минимальному значению рекомендуемого интервала, а именно:

- Горький шоколад = 200 руб/ед.
- Ядро кедрового ореха в сиропе = 223 руб/ед.

- Шишковое варенье = 210 руб/ед.
- Мед разнотравье = 186 руб/ед.
- Орех кедровый очищенный = 240 руб/ед.
- Масло кедровое = 333 руб/ед.

Затратный метод

Как было указано выше, затратный метод заключается в сопоставлении валовой рентабельности затрат (Rз) одного лица, участвующего в сделке, с рыночным интервалом валовой рентабельности затрат.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 1 ст. 105.8 НК РФ валовая рентабельность затрат определяется отношением валовой прибыли к себестоимости реализованных товаров.

Результаты расчетов представлены в таблице 23.

Таблица 23 – Расчет рекомендуемого интервала рентабельности затратным методом

	Наименование продукции					
	Горький шоколад	Ядро ореха в сиропе	Шишковое варенье	Мед Разнотравье	Орех кедровый очищенный	Масло кедровое
Оптовая 1	190	220	200	148	236	266
Оптовая 2	200	223	210	186	244	333
Оптовая 3	210	233	224	176	252	351
Оптовая 4	224	245	290	224	360	370
Оптовая 5	305	350	350	270		400
Себестоимость продукта	90,02	102,34	28,95	87,62	25,3	223,51
Rз 1	1,11	1,15	5,91	0,69	8,33	0,19
Rз 2	1,22	1,18	6,25	1,12	8,64	0,49
Rз 3	1,33	1,28	6,74	1,01	8,96	0,57
Rз 4	1,49	1,39	9,02	1,56	13,23	0,66
Rз 5	2,39	2,42	11,09	2,08		0,79
Минимальное значение	1,22	1,18	6,25	1,12	8,49	0,49
Максимальное значение	1,49	1,39	9,02	1,56	11,10	0,66

Продолжение таблицы 23

Интервал рентабельности ООО "ЭкоЛайф"	0,78	0,11-0,28	2,63-4,6	0,2-0,61	3,86-6,47	-0,23-0,19
Рыночный интервал рентабельности	1,22-1,49	1,18-1,39	6,25-9,02	1,12-1,56	8,49-11,1	0,49-0,66

Как видно из таблицы, интервал валовой рентабельности затрат компании «ЭкоЛайф» не входит в рыночный интервал валовой рентабельности затрат. Следовательно, в соответствии с п.4 ст. 105.11 НК РФ для целей налогообложения следует установить трансфертную цену исходя из себестоимости проданных товаров и валовой рентабельности затрат, соответствующей минимальному значению рекомендуемого интервала рентабельности, а именно:

- Горький шоколад = 200 руб/ед.
- Ядро кедрового ореха в сиропе = 223 руб/ед.
- Шишковое варенье = 210 руб/ед.
- Мед разнотравье = 186 руб/ед.
- Орех кедровый очищенный = 240 руб/ед.
- Масло кедровое = 333 руб/ед.

Как можно заметить, по итогу расчета рекомендуемых цен двумя методами получились одинаковые цены. Это обуславливается тем, что рекомендуемая цена по итогу равна минимальному значению интервала, а минимальное и максимальное значение в свою очередь рассчитывается по одной методике в обоих методах.

Однако оптимальным методом исчисления трансфертной цены в целях налогообложения для компании является затратный метод. Метод сопоставимых рыночных цен не позволяет объективно сопоставлять трансфертные цены с рыночными, так как последние в компании не обоснованы и определение их значения не подкреплено никакой методикой.

3.4 Анализ влияния трансфертной цены на изменения финансовых результатов ООО «ЭкоЛайф»

Определив новые трансфертные цены на товар, следует проанализировать, как изменение цен повлияет на финансовые результаты компании «ЭкоЛайф»

Для этого следует рассчитать валовую прибыль для рассматриваемых продуктов с учетом действующих трансфертных цен (таблица 24) и с учетом новой, рассчитанной в подразделе 3.3 трансфертной цены (таблица 25).

Таблица 24 – Расчет валовой прибыли компании «ЭкоЛайф» по видам продукции с учетом действующей трансфертной цены

Наименование показателя	Наименование продукции						Итого
	Горький шоколад	Ядро ореха в сиропе	Шишковое варенье	Мед Разногравье	Орех кедровый очищенный	Масло кедровое	
Удельная себестоимость	90,02	102,34	28,95	87,62	25,3	223,51	
Количество проданных товаров	36	1 780	2 101	676	20	33	
Выручка	5 760	232 568	226 419	71 484	3 125	6 179	545 535
Себестоимость реализации	3 241	182 165	60 824	59 231	506	7 376	313 343
Валовая прибыль	2 519	50 403	165 595	12 253	2 619	-1 197	232 192

При расчете валовой прибыли по видам продукции с учетом действующих трансфертных цен было обнаружено, что валовая прибыль одного продукта (масло кедровое) отрицательная. Это означает, что предприятие продавало продукт по цене ниже себестоимости.

Далее следует рассчитать валовую прибыль для рассматриваемых продуктов с учетом новой трансфертной цены (таблица 25)

Таблица 25 – Расчет валовой прибыли компании «ЭкоЛайф» по видам продукции с учетом новой трансфертной цены

Наименование показателя	Наименование продукции						Итого
	Горький шоколад	Ядро ореха в сиропе	Шиповое варенье	Мед	Разнотравье	Орех кедровый очищенный	Масло кедровое
Цена	200	223	210	186	240	333	
Удельная себестоимость	90,02	102,34	28,95	87,62	25,3	223,51	
Количество проданных товаров	36	1 780	2 101	676	20	33	
Выручка	7 200	396 940	441 210	125 736	4 800	10 989	986 875
Себестоимость реализации	3 241	182 165	60 824	59 231	506	7 376	313 343
Валовая прибыль	3 959	214 775	380 386	66 505	4 294	3 613	673 532

Как можно заметить, при установлении новой трансфертной цены валовая прибыль по всем видам продукции имеет положительные значения.

Следующим этапом является составление сводной таблицы показателей финансовых результатов компании «ЭкоЛайф» (таблица 26).

Таблица 26 – Анализ изменения финансовых результатов ООО «ЭкоЛайф» после корректировки трансфертной цены

Наименование показателя	До корректировки трансфертной цены	После корректировки трансфертной цены	Изменение
Выручка	545 535	986 875	441 340
Себестоимость	(313 343)	(313 343)	0
Валовая прибыль	232 192	673 532	441 340
Непроизводственные расходы	-	-	0
Прибыль до налогообложения	232 192	673 532	441 340
Налог на прибыль	(17 414)	(50 515)	(33 101)
Чистая прибыль	214 778	623 017	408 240

При расчетах суммой непроизводственных расходов можно пренебречь, так как их сумма после корректировки трансфертной цены не изменится и на итоговое изменение не повлияет.

Как видно из таблицы после установления новой трансфертной цены прибыль до налогообложения увеличится на 441 тыс.руб., налог на прибыль увеличится на 33 тыс.руб., чистая прибыль увеличится на 408 тыс.руб.

Рассчитанная величина налога на прибыль после корректировки трансфертной цены хоть и увеличилась, однако эта величина является минимальным значением (т.к. трансфертная цена установлена согласно минимальному значению интервала), а налоговые риски компании при этом значительно сокращаются.

В целом по разделу можно сделать вывод, что основной задачей трансфертного ценообразования в рассматриваемой группе компаний в основном является оптимизация налогообложения. Однако и это в компании не соблюдается должным образом. Такие задачи, как принятия обоснованных экономических решений, справедливая оценка деятельности предприятий отходят на второй план. Однако от этого напрямую зависит эффективность и конкурентоспособность группы компаний.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
3А4А	Андрюшиной Марии Сергеевне

Школа	инженерного предпринимательства	Направление	Менеджмент
Уровень образования	бакалавриат		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеословия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера 	<p>Рабочее место в здании современного типа в отделе управления с необходимым техническим оснащением. Вредное влияние на организм и здоровье человека в данном случае может оказывать излучение от техники, а также сидячий образ работы. Здание регулярно проходит проверку пожарной безопасности и отвечает нормам санитарного контроля.</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Трудовой кодекс; – ГОСТ ИСО 26000-2001 «Руководство по социальной ответственности».

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<p>Внутренняя социальная ответственность в ООО «ЭкоЛайф» не налажена, поэтому были разработаны такие программы как обучение и развитие персонала, программа оздоровления работников, единовременные материальные выплаты, мотивация персонала</p>
<p>1. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>Компания ООО «ЭкоЛайф» несет ответственность перед потребителями, производя экологически чистые, натуральные продукты высокого качества</p>
<p>2. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анализ правовых норм трудового законодательства; – Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов. – Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> – анализ специальных правовых и нормативных законодательных актов (ст. 328 ТК РФ, ч. 1 и 3 ст. 265 ТК РФ, Постановление Правительства РФ от 25.02.2000 N 163); – анализ внутренних нормативных документов организации (устав компании, памятка для сотрудника).

Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	<p>Таблица 27 – Определение целей КСО на предприятии</p> <p>Таблица 28 – Определение стейкхолдеров программ КСО</p> <p>Таблица 29 – Определение элементов программы КСО</p> <p>Таблица 30- Затраты на мероприятия КСО</p> <p>Таблица 31 – Оценка эффективности мероприятий КСО</p>

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель ШБИП	Феденкова Анна Сергеевна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А4А	Андрюшина Мария Сергеевна		

4 Социальная ответственность

Тема корпоративной социальной ответственности, ответственности организации перед обществом, в последние годы получила динамичное развитие как в российском, так и в мировом экспертном и бизнес-сообществах.

На сегодняшний день существует достаточно большое количество определений понятия «корпоративная социальная ответственность»:

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это обязательство компании осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая сюда социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация.

Корпоративная социальная ответственность крупных компаний формируется по двум основным направлениям – внутренняя социальная ответственность и внешняя социальная ответственность.

Внутренняя корпоративная социальная ответственность – социальная политика, проводимая для работников своей компании, потому ограничена рамками данной компании.

Внешняя корпоративная социальная ответственность – социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий.

В ООО «ЭкоЛайф» отсутствует разработанная программа корпоративной социальной ответственности, следовательно, данную программу необходимо разработать.

Этапы программы:

1. Определение целей и задач программы КСО

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании [14].

Выбор целей КСО зависят от стратегии компании. Цели в свою очередь должны быть максимально близки миссии и стратегии. В таблице 27 представлены миссия и основная стратегия компании, а также в соответствии с ними подобраны соответствующие цели КСО.

Таблица 27 – Определение целей КСО на предприятии

Миссия компании	Сделать сибирскую продукцию синонимом качества и высокого вкуса.	Цели КСО:
		1. развитие собственного персонала, которое позволяет привлекать лучших специалистов на рынке; 2. сохранение социальной стабильности в обществе в целом; 3. реклама товара; 4. стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.
Стратегия компании	Способствовать продвижению тренда здорового образа жизни и здорового питания.	

Как можно заметить цели вполне соответствуют миссии и стратегии компании и направлены как на улучшения внутри компании (внутреннее КСО), так и за ее пределами (внешнее КСО).

2. Определение стейкхолдеров организации.

Одной из главных задач при разработке корпоративной социальной ответственности является выбор основных стейкхолдеров.

Стейкхолдеры – это группы, организации или индивидуумы, на которые влияет компания и от которых она зависит.

К каждой цели программы необходимо определить наиболее влиятельных стейкхолдеров (таблица 28).

Таблица 28 – Определение стейкхолдеров программ КСО

Цели КСО	Стейкхолдеры
1. развитие собственного персонала, которое позволяет привлекать лучших специалистов на рынке;	Сотрудники компании, местное население
2. сохранение социальной стабильности в обществе в целом;	Сотрудники компании, местное население
3. реклама товара;	СМИ
4. стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.	Местное население, поставщики, кредиторы

Определив стейкхолдеров, которые имеют цели, пересекающиеся с целями самой компании, можно сделать вывод, что в своей деятельности компания оказывает влияние на большое количество стейкхолдеров.

3. Определение элементов программы КСО компании «ЭкоЛайф»:

а) Управление персоналом

В области развития человеческого капитала следует уделить внимание повышению эффективности системы управления, в том числе совершенствованию организационной структуры общества, повышению производительности труда, совершенствованию системы оплаты труда и мотивации персонала.

б) Кадровая политика

Кадровую политику общества следует направить на:

- развитие персонала, привлечение молодых специалистов;
- организацию подготовки, обучения и повышения квалификации работников;
- совершенствование системы мотивации персонала;
- развитие социального партнерства;
- усиление роли корпоративной политики.

в) Обучение и развитие персонала

Целями обучения и развития персонала должно являться формирование высокопрофессионального кадрового потенциала сотрудников, способного обеспечить эффективную работу Общества в быстроменяющихся рыночных условиях. То есть рекомендуется осуществлять подготовку сотрудников к выполнению более сложных производственных функций и обязанностей, занятию новых должностей, преодолению расхождений между требованиями к работнику и качествами, которыми реально обладает специалист или менеджер.

г) Социальная политика

Социальная политика Общества может быть направлена на обеспечение социального равновесия, создание и укрепление благоприятного социально-психологического климата в коллективе.

В коллективном договоре можно установить единый перечень и размеры социальных льгот, гарантий и компенсаций с учетом экономических

возможностей Общества. Льготы и гарантии, социальные программы и программы помощи работникам позволяют привлекать и удерживать наиболее ценных специалистов, укреплять лояльное отношение работников к Обществу, способствуют достижению целей компании. Обязательства Общества по Коллективному договору обеспечивают более высокий уровень социальной защищенности по сравнению с предусмотренным законодательством Российской Федерации.

Пример социальных программ, возможно реализуемых в Обществе:

1) Программа оздоровления работников Общества.

Программа снижения заболеваемости предусматривает стационарное и амбулаторное лечение работников ООО «ЭкоЛайф» по договору добровольного медицинского страхования. Здесь подразумевается последовательное проведение социально ответственной политики добровольного медицинского страхования, заключающуюся в учете интересов работников структурных подразделений, путем предоставления им медицинского обслуживания в поликлиниках города Томска и Томской области.

Немаловажную роль имеет также реализация программы оздоровления сотрудников Общества, которая заключается в проведении ряда мероприятий, таких как:

- ежегодное проведение периодических и предварительных медосмотров, вакцинаций от гриппа и от гепатита «А»;
- организация флюорографических обследований;
- организация клинического и биохимического анализов крови, анализов на онкомаркеры крови;
- организация маммографического и кардиографического обследований и т.п.

А так же выделение средств для компенсации работникам значительной части стоимости путевок в санаторно-курортные учреждения Томской области.

2) Программа единовременных материальных выплат.

Осуществление дополнительных выплат, наравне с выплатами основной части заработной платы, таких как компенсация за детский сад.

3) Мотивация персонала.

В области оплаты труда основной задачей политики Общества является формирование эффективной системы мотивации работников, обеспечивающей исполнение стратегических задач и приоритетов, стоящих перед Обществом. Действенным инструментом стимулирования трудовых коллективов и отдельных работников является представление наиболее отличившихся из них к наградам министерств и ведомств, а также к награждению корпоративными наградами.

а. Охрана окружающей среды

Основными задачами ООО «ЭкоЛайф» в сфере природоохранной политики являются:

- использование возобновляемых природных ресурсов Сибири;
- учет образования и размещения отходов;
- размещение образующихся отходов на объектах, отвечающих требованиям экологической безопасности;
- утилизация отходов в соответствии с требованиями экологической безопасности.

Деятельность ООО «ЭкоЛайф» в области охраны окружающей среды регламентирована проектами нормативов образования отходов и лимитов на их размещение, утвержденными в «Росприроднадзоре» и учитывающими специфику производственной деятельности Общества и его филиалов.

б. Ответственность перед потребителями

Общество является производителем уникальных экологически чистых продуктов. Продукция производится преимущественно на основе сибирских дикоросов и только из натуральных ингредиентов, без красителей, консервантов и ароматизаторов. Вся продукция сертифицирована и проходит строгий контроль качества.

с. Реклама и продвижение

Необходимы так же вложения в рекламу, чтобы формировать у потенциального потребителя образ товара, фирмы, продвигать тренд здорового образа жизни и здорового питания.

Полученные данные сведем в таблицу 29.

Таблица 29 – Определение элементов программы КСО

Стейкхолдеры	Элемент	Описание элемента	Ожидаемый результат
Сотрудники, руководители, население	Социально-ответственное поведение	Получение знаний, навыков	Формирование высокопрофессионального кадрового потенциала сотрудников; привлечение квалифицированных специалистов
Сотрудники, руководители	Социально-ответственное поведение	Медосмотры, вакцинации, санатории, детские оздоровительные лагеря	Снижение заболеваемости сотрудников; реабилитационно-восстановительное лечение
Сотрудники, руководители	Социально-ответственное поведение	Денежные выплаты, различные награды	Достижение стратегических целей, отличных результатов в труде
Сотрудники, руководители, население	Социальные инвестиции	Воздух, почва	Уменьшение загрязнения экологии
Население, покупатели	Социально-ответственное поведение	Качественный продукт	Производство качественного продукта в целях здорового образа жизни и здорового питания населения.
СМИ, покупатели, население	Социально-ответственное поведение	Информация о компании и её ассортименте	Информированность покупателей о товарах, продвижение тренда здорового образа жизни и здорового питания.

На выбор элементов программы КСО повлияло несколько факторов, таких как:

- размер компании (численность сотрудников всего 9 человек);
- сфера деятельности компании (производство пищевых продуктов);
- приверженность сотрудников компании.

4. Определение затрат на программы КСО

На данном этапе определим бюджет программ корпоративной социальной ответственности компании, с учетом результатов полученных в таблице 29. Сведем основные затраты на корпоративную социальную ответственность в таблицу 30.

Таблица 30- Затраты на мероприятия КСО

Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации (руб.)
Обучение и развитие персонала	7 человек 1 человек	5 000 12 000	47 000
Программа оздоровления работников	3 путевки	33 000	99 000
Единовременные материальные выплаты, мотивация персонала	4 человека 3 человека	24 500 20 000	157 000
Расходы на рекламу	12 месяцев	23 000	276 000
			Итого: 579 000

Обучение и развитие персонала подразумевает посещение семинаров и тренингов. Так обучение можно предложить руководителям разных уровней (4 человека), специалистам (3 человека) и производственно-техническому персоналу (1 человек). Среднее количество часов обучения на одного работника составит:

- руководители разных уровней – 14,5 часов,
- специалисты – 16,4 часов,
- производственно-технический персонал – 34 часов.

В связи с разной продолжительностью семинаров – разная цена обучения.

Так же в год можно закладывать сумму трех путевок в санаторий Томской области, например санаторий «Космонавт», где стоимость взрослой оздоровительной путевки составляет 33 000 рублей.

Наравне с выплатами основной части заработной платы, можно ввести дополнительные выплаты, такие как компенсация за детский сад.

Компенсация выплачивается 4 сотрудникам, имеющим детей, посещающих муниципальный детский сад, в размере 80% от годовой стоимости услуг. Итоговая сумма составляет 97 000 рублей.

В качестве мотивации персонала можно предложить представление наиболее отличившихся сотрудников к корпоративным наградам. На дополнительные награды можно выделить из бюджета сумму в размере 60 000 рублей.

Затраты на рекламу подразумевают размещение рекламы на билборде в месте с относительно широким охватом аудитории. Годовая стоимость составляет 276 000 рублей.

5. Ожидаемая эффективность программ КСО

На данном этапе анализируется ожидаемая эффективность разработанных программ корпоративной социальной ответственности компании. Оценка эффективности разработанных мероприятий представлена в таблице 31.

Таблица 31 – Оценка эффективности мероприятий КСО

Название мероприятия	Затраты (руб.)	Эффект для компании	Эффект для общества
Обучение и развитие персонала	47 000	Формирование высокопрофессионального кадрового потенциала сотрудников; привлечение квалифицированных специалистов	Производство качественного продукта
Единовременные материальные выплаты, мотивация персонала	99 000	Работоспособный, мотивированный персонал	
Программа оздоровления работников	157 000	Улучшение деловой среды; повышается отдача на вложенный капитал; улучшается имидж компании	
Расходы на рекламу	276 000	Информированность покупателей о товарах; увеличение спроса на товар	Потребление качественного, экологически-чистого продукта в целях здорового образа жизни и здорового питания.

Стратегической целью компании является постоянный ее рост, отсюда концепция корпоративной социальной ответственности компании – это создание всех условий для постоянного роста сотрудников путем создания мотивации, и отсюда, рост производительности труда. Можно сделать вывод, что разработанные программы корпоративной социальной ответственности компании «ЭкоЛайф» соответствуют ее стратегическим целям и в совокупности оказывают эффект на общество в виде производства высококачественного продукта, что оправдывает затраты.

Реализуя разработанные программы корпоративной социальной ответственности, компания получает такие преимущества, как возросшее удовлетворение персонала, сокращение текучести кадров, в том числе высококвалифицированных сотрудников. Здесь же стоит отметить, что реализация разработанной программы по продвижению товара с помощью рекламы с целью продвижения тренда здорового образа жизни и здорового питания несет эффект как для компании в виде увеличения спроса на продукцию, так и эффект для общества – потребление качественных продуктов, не нesusщих вред здоровью.

В целом по разделу можно сделать вывод, что при реализации разработанных программ КСО соотношение *затраты на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества* является оптимальным, что в свою очередь означает правильность выбора программ КСО.

Заключение

При определении сущности трансфертного ценообразования в рамках проведенного исследования, можно сделать вывод, что трансфертное ценообразование нужно рассматривать со стороны двух аспектов: управленческого и налогового. Со стороны управленческого учета главной задачей трансфертного ценообразования является перераспределение финансовых потоков внутри группы компаний. Однако как выяснилось в первом разделе данного исследования, эта задача может вступать в конфликт с другими задачами трансфертного ценообразования. Проанализировав методы трансфертного ценообразования для целей управленческого учета, можно сказать, что разнообразие методов велико, поэтому компания в соответствии со своими стратегическими целями может выбрать наиболее подходящий метод. Однако, определяя метод для управленческого учета, необходимо помнить, что трансфертные цены контролируются налоговыми органами. Поэтому при минимизации налогообложения с помощью трансфертных цен необходимо не занижать уровень данных цен, чтобы не нести дополнительные налоговые риски и, в случае обнаружения налоговыми органами неполную уплату налога в бюджет, не нести финансовые издержки в виде доначисления налога, выплаты штрафа.

При изучении группы компаний, было обнаружено, что в последнее время бизнес (как группа компаний) выступает не как головная и дочерняя компания, а в качестве отдельных юридических лиц. В работе была рассмотрена и проанализирована организационная структура бизнеса, представленная производственным и торговым подразделениями. По результатам анализа были сделаны выводы, что организационный процесс в группе предприятий является хорошо налаженным.

Далее был проведен финансовый анализ группы, который показал, что эффективность предприятий находится на среднем уровне, они являются

платежеспособными. Оба подразделения с учетом специфики их основной деятельности финансово устойчивы и несут минимальные риски.

При сравнении предприятия, занимающегося производством, с аналогичным предприятием в отрасли было выявлено, что отклонения в значениях показателей являются не существенными.

Затем на основании анализа выручки производственного подразделения и состояния его ценообразования, был сделан вывод, что руководство группы компаний не уделяет должного внимания трансфертному ценообразованию. Было обнаружено, что интервал рыночных цен на много выше уровня трансфертных цен, что свидетельствовало о высоких налоговых рисках компании. Далее на основании рыночных цен и себестоимости продукции были рассчитаны новые трансфертные цены, согласно пяти методам ценообразования, указанных в налоговом кодексе. На основании новых цен были пересчитаны показатели финансовых результатов компании и проведен анализ того, как новая цена повлияла на их изменение. Так как трансфертные цены возросли, возросла и чистая прибыль компании. Тот факт, что сумма налога к уплате в бюджет тоже увеличилась, не должен восприниматься руководителями группы компаний как элемент неэффективной оптимизации налогообложения. При такой сумме налога налоговые риски компании в разрезе трансфертного ценообразования становятся минимальными.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) // Консультант плюс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/
2. Об утверждении формы уведомления о контролируемых сделках, порядка ее заполнения, а также формата представления уведомления о контролируемых сделках в электронной форме и порядка представления налогоплательщиком уведомления о контролируемых сделках в электронной форме Приказ ФНС России от 27.07.2012 № ММВ-7-13/524 // Консультант плюс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_134785/
3. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения Федеральный закон РФ от 18.07.2011 г. №227-ФЗ // Консультант плюс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116968/
4. Заикин А. А. Трансфертное ценообразование в системе управленческого учета: дис. ... канд. экон. наук / Казанский государственный финансово-экономический институт. – 2006. – 244 с.
5. Друри К. Управленческий и производственный учет : Учеб. для вузов / К. Друри; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1071 с.
6. Парасоцкая Н. Н. Инновационные методы трансфертного ценообразования // Экономика. Налоги. Право, 2015. – №1. – С. 74–79.
7. Гарифуллин К. М. Управление затратами. [Электронный ресурс] // Символ науки. Интернет-журнал. 3.05.2005. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-upravleniya-zatratami-v-stekolnom-proizvodstve>

8. Хмельницкая О. В. Оптимизация формирования трансфертных цен: дис. ... канд. экон. наук / Государственного Университета Управления. – 2004. – 110 с.
9. Аврова И.А. Популярныe схемы ухода от налогов: как не надо делать. – М.: ДиректПресс, 2008. – 271 с.
10. Алтухова Е.В. О практике применения статьи 40 НК РФ // Налоговый вестник. Интернет-журнал. – 2010. – Режим доступа: <http://www.nalvest.com/nv-articles/detail.php?ID=28515>
11. Бурцева А.М. Трансфертное ценообразование: международный опыт // Российский налоговый курьер. № 24 – 2008.
12. Завьялова Ю.Н., Хаменушенко И.В. Налоговый контроль над трансфертными ценами // Налоговый вестник. Интернет-журнал. – 2011. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru/bux/103885>
13. Кухаренко В.Б., Тютюрюков Н.Н. Налоговые системы зарубежных стран – М.: РАГС, 2009. – 144 с.
14. Менеджмент. Учебное пособие для слушателей профессиональной переподготовки по направлению «Экономика и управление на предприятии» / Том. политехн. ун-т, Чистякова Н.О. – Томск, 2007. – 240 с.
15. Методические указания к выполнению раздела «Социальная ответственность» выпускной квалификационной работы для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.01 «Экономика» / Том. политехн. ун-т, Черепанова Н.В. – Томск, 2016. – 21 с.
16. Безбородова В. С. Отражение трансфертного ценообразования в отчетности для целей управленческого учета [Электронный ресурс] // Все для бухгалтера. 05.11.2010. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/otrazhenie-transfertnogo-tsenoobrazovaniya-v-otchetnosti-dlya-tseley-upravlencheskogo-ucheta>

17. Белых В. С. Трансфертное ценообразование: современное состояние, проблемы и предложения по совершенствованию / В. С. Белых // Налоги. – 2011. – № 2. – С. 2-10.
18. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А., Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы // Институт проблем предпринимательства – 2016. – 13 с.
19. Пансков, А.В. Трансферты внутри корпораций // Налоговая политика и практика. 2004. - № 4. - С.21-25.
20. Маховикова Г. А. Трансфертное ценообразование: учебное пособие / Г. А. Маховикова, Н. И. Ведерникова. СПб.: Издательство СПбГУЭФ. 2012. 118 с.
21. Колодина И. Нормы с прорехами [Электронный ресурс] // Российская Бизнес-газета. 12.02.2013. – Режим доступа: <https://rg.ru/2013/02/12/fns.html>

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «ЭкоЛайф» на 31.12.2017

Наименование показателя	Код	На 31.12.2017	На 31.12.2016	На 31.12.2015
АКТИВ		тыс.руб.	тыс.руб.	тыс.руб.
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	60		
Результаты исследований и разработок	1120			
Нематериальные поисковые активы	1130			
Материальные поисковые активы	1140			
Основные средства	1150	818	149	
Доходные вложения в материальные ценности	1160			
Финансовые вложения	1170			
Отложенные налоговые активы	1180			
Прочие внеоборотные активы	1190			
Итого по разделу I	1100	878	149	
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	1 970	485	
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220			
Дебиторская задолженность	1230	6 490	3 454	92
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240			
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 979	63	98
Прочие оборотные активы	1260			
Итого по разделу II	1200	10 439	4 002	190
БАЛАНС	1600	11 317	4 151	190
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-		
Резервный капитал	1360	-		
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	6 386	880	136
Итого по разделу III	1300	6 396	890	146

IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	1 559		
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Оценочные обязательства	1430			
Прочие обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400	1 559		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510		156	
Кредиторская задолженность	1520	3 362	3105	44
Доходы будущих периодов	1530			
Оценочные обязательства	1540			
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	3 362	3261	44
БАЛАНС	1700	11 317	4151	190

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах ООО «ЭкоЛайф» за 2017 г.

Наименование показателя	Код	За 2017 г.	За 2016 г.
Выручка	2110	27 931	14 602
Себестоимость продаж	2120	-24 500	-12 406
Валовая прибыль (убыток)	2100	3 431	2 196
Коммерческие расходы	2210		
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	3 431	2 196
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340		
Прочие расходы	2350		
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	3 431	2 196
Текущий налог на прибыль	2410	-279	-165
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	3 152	2 031
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510		
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520		
Совокупный финансовый результат периода	2500	3152	2031
Справочно			
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900		
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910		

Приложение В

Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ЭкоЛайф»

Наименование показателя	Код	На 31.12.2017	Доля	На 31.12.2016	Доля	На 31.12.2015	Доля	Изменение	
АКТИВ		тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	тыс.руб.	%	в тыс.руб.	в %
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Нематериальные активы	1110	60	0,53					60	
Результаты исследований и разработок	1120								
Нематериальные поисковые активы	1130								
Материальные поисковые активы	1140								
Основные средства	1150	818	7,23	149	3,59			669	448,99
Доходные вложения в материальные ценности	1160								
Финансовые вложения	1170								
Отложенные налоговые активы	1180								
Прочие внеоборотные активы	1190								
Итого по разделу I	1100	878	7,76	149	3,59			729	489,26
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ									
Запасы	1210	1 970	17,41	485	11,68			1485	306,19
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220								
Дебиторская задолженность	1230	6 490	57,35	3 454	83,21	92	48,42	3036	87,90
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240								
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 979	17,49	63	1,52	98	51,58	1916	3041,27
Прочие оборотные активы	1260								
Итого по разделу II	1200	10 439	92,24	4 002	96,41	190	100,00	6437	160,84
БАЛАНС	1600	11 317	100,00	4 151	100,00	190	100,00	7166	172,63

ПАССИВ									
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ									
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	0,09	10	0,24	10	5,26	0	0,00
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320								
Переоценка внеоборотных активов	1340								
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-							
Резервный капитал	1360	-							
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	6 386	56,43	880	21,20	136	71,58	5506	625,68
Итого по разделу III	1300	6 396	56,52	890	21,44	146	76,84	5506	618,65
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
Заемные средства	1410	1 559	13,78					1559	
Отложенные налоговые обязательства	1420								
Оценочные обязательства	1430								
Прочие обязательства	1450								
Итого по разделу IV	1400	1 559	13,78		0,00		0,00	1559	
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА									
Заемные средства	1510			156	3,76			-156	-100,00
Кредиторская задолженность	1520	3 362	29,71	3105	74,80	44	23,16	257	8,28
Доходы будущих периодов	1530								
Оценочные обязательства	1540								
Прочие обязательства	1550								
Итого по разделу V	1500	3 362	29,71	3261	78,56	44	23,16	101	3,10
БАЛАНС	1700	11 317	100,00	4151	100,00	190	100,00	7166	172,63

Приложение Г

Бухгалтерский баланс ООО «Кедровница» на 31.12.2017

Наименование показателя	Код	На 31.12.2017	На 31.12.2016	На 31.12.2015
АКТИВ		тыс.руб.	тыс.руб.	тыс.руб.
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	29		
Результаты исследований и разработок	1120			
Нематериальные поисковые активы	1130			
Материальные поисковые активы	1140			
Основные средства	1150	15 940	14 214	13 136
Доходные вложения в материальные ценности	1160			
Финансовые вложения	1170		49	
Отложенные налоговые активы	1180			
Прочие внеоборотные активы	1190			
Итого по разделу I	1100	15 969	14 263	13 136
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	4 586	0	2 939
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220			
Дебиторская задолженность	1230	10 739	2 117	8 110
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240			
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	41	404	184
Прочие оборотные активы	1260			
Итого по разделу II	1200	15 366	2 521	11 233
БАЛАНС	1600	31 335	16 784	24 369
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	22 457	12 645	8 066
Итого по разделу III	1300	22 467	12 655	8 076
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410			8 819

Отложенные налоговые обязательства	1420			
Оценочные обязательства	1430			
Прочие обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400	0	0	8 819
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	2 000		
Кредиторская задолженность	1520	6 868	4 129	7 474
Доходы будущих периодов	1530			
Оценочные обязательства	1540			
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	8 868	4 129	7 474
БАЛАНС	1700	31 335	16 784	24 369

Приложение Д

Отчет о финансовых результатах ООО «Кедровница» за 2017 г.

Наименование показателя	Код	За 2017 г.	За 2016 г.
Выручка	2110	72 252	25 682
Себестоимость продаж	2120	63 855	22 289
Валовая прибыль (убыток)	2100	8 397	3 393
Коммерческие расходы	2210		
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	8 397	3 393
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340	3304	2347
Прочие расходы	2350	359	1160
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	11 342	4 580
Текущий налог на прибыль	2410	0	0
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460	1346	
Чистая прибыль (убыток)	2400	9 996	4 580
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510		
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520		
Совокупный финансовый результат периода	2500	9 996	
Справочно			
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900		
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910		